

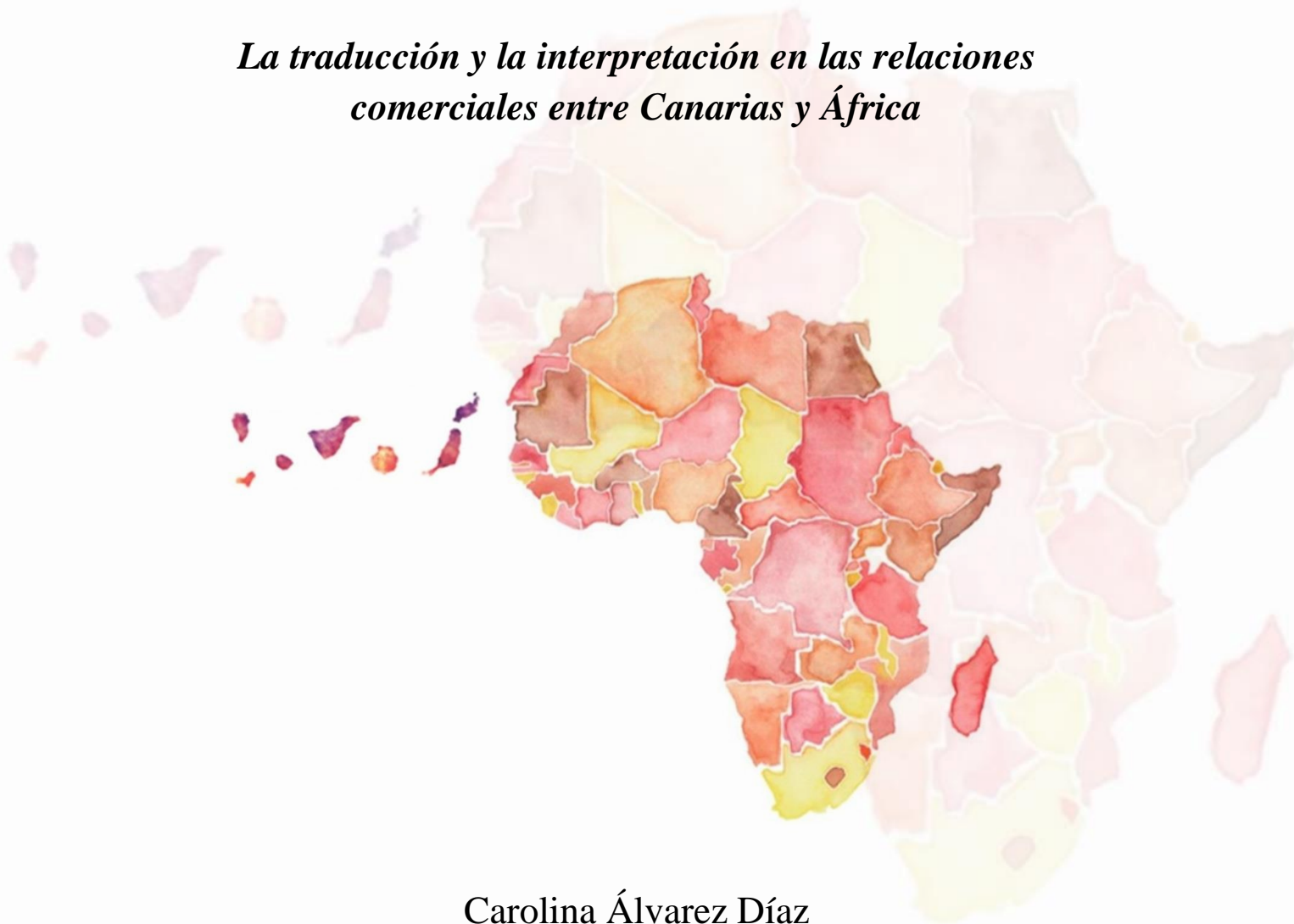


UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA
Escuela de Doctorado

TESIS DOCTORAL

Programa de Doctorado Interuniversitario Territorio y Sociedad: Evolución
histórica de un espacio tricontinental (África, América y Europa)

La traducción y la interpretación en las relaciones comerciales entre Canarias y África



Carolina Álvarez Díaz

Las Palmas de Gran Canaria
2023



**Gobierno
de Canarias**

Consejería de Economía,
Conocimiento y Empleo

Agencia Canaria de Investigación,
Innovación y Sociedad
de la Información



Unión Europea



UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA
Escuela de Doctorado

TESIS DOCTORAL

Programa de Doctorado Interuniversitario Territorio y Sociedad: Evolución
histórica de un espacio tricontinental (África, América y Europa)

*La traducción y la interpretación en las relaciones comerciales
entre Canarias y África*

Alumna:

CAROLINA ÁLVAREZ DÍAZ

Directoras:

DRA. LAURA CRUZ GARCÍA

DRA. HEATHER ADAMS

AGRADECIMIENTOS

Esta tesis no habría sido posible sin la ayuda y el apoyo de muchos a quienes quisiera mencionar en estas líneas.

En primer lugar, y como no podría ser de otra manera, gracias a mis directoras de tesis: Dra. Laura Cruz García y Dra. Heather Adams.

Laura, gracias por aventurarte a dirigir esta tesis, por todo lo que me has enseñado y por ser un referente para mí en el mundo de la investigación. Tu rigor, pasión y dedicación son pura inspiración y me siento afortunada de haber podido trabajar con una persona y profesional como tú.

Heather, gracias por haber sido el impulso, el primer empujón que me llevó a lanzarme a hacer esta tesis, y por compartir mis ideas desde el inicio. Sin tu apoyo incondicional y tu guía no habría sido posible. Gracias por llevarme de la mano a mis primeros congresos y por hacerme descubrir un mundo apasionante.

Gracias a la Escuela de Doctorado de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y a la comisión académica de mi programa, el DOCTESO. Gracias, en especial, a la Dra. María del Cristo González Marrero, mi tutora, por su ayuda en este camino.

Gracias al Dr. Adrián Fuentes Luque, a la Dra. Anne Martín Otty y al Dr. Francisco Javier Sánchez-Verdejo Pérez por acogerme en sus universidades para llevar a cabo mis primeras estancias de investigación. Gracias por el apoyo que he recibido siempre por parte de ustedes y por tratar mi investigación con el respeto con el que lo han hecho.

Gracias a los profesores de la Facultad de Traducción e Interpretación de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. La pasión que siento por esta profesión se la debo a ustedes, cuya labor me ha marcado. Quiero agradecer especialmente a Agustín Darías Marrero, un ejemplo para mí, a quien admiro profundamente.

Gracias a mis compañeros de la División de Traducción e Interpretación y Aprendizaje de Lenguas del IDETIC. Encontrarme con profesionales como ustedes es todo un lujo que espero que dure mucho tiempo.

Mamá, papá, gracias por apoyarme en todo lo que me propongo, por confiar en mí incluso más que yo cuando no veía la salida y por tener siempre las palabras adecuadas para animarme a continuar el camino. Esta tesis es para ustedes.

Amara, mi otra mitad, mi hermana, te doy las gracias por ser inspiradora, por dar un toque de humor cada vez que ha sido necesario para impulsarme a seguir y por estar siempre cerca con los mejores consejos, incluso en la distancia.

Carlos, gracias por ser el mejor compañero que podría imaginar, por entender el proceso y respetar los tiempos que me marcaba elaborar esta tesis. Gracias por buscar, aunque fueran cinco minutos (una eternidad), para respirar.

Gracias a mi familia, de sangre y de adopción, por el apoyo recibido a lo largo de estos años, por tener siempre mensajes de aliento y celebrar mis alegrías como si fueran suyas. Gracias, en especial, a Manuel Díaz, mi padrino en las lenguas extranjeras y en la vida.

Gracias a mis amigos, los que están lejos y parece que están cerca, los que están en el día a día y a los que veo menos de lo que me gustaría, pero que siempre están. Quiero agradecer especialmente a Alberto, mi inseparable desde los tres años que siempre está ahí; a Leticia, por ser, además de mi pareja musical, una amiga inigualable; a Gladys, por ser uno de los mayores regalos que me ha dado la vida cuando menos lo esperaba; a Angharad, por aparecer y quedarse para siempre «porque sí»; a mis amigos del Braulio Team, la familia elegida, a María y Ana, las intolerantes más tolerantes que me llenan el alma cada vez que las veo; a mis traductoras favoritas, Cristina y Jhoselin, por llegar al final de la carrera para hacerse un hueco en mi corazón para siempre, y a todos los que no he mencionado, pero que también están en mi vida. Ustedes saben cuánto les agradezco el apoyo en este recorrido. Es una suerte tenerlos y que me hayan aguantado hablar de la tesis durante tanto tiempo.

Gracias a mis compañeros de camino, los doctorandos con los que he vivido esta etapa. Ha sido increíble contar con personas como ustedes en esta experiencia.

Gracias a mis compañeros de trabajo, en especial a los del despacho 233, por llegar a mi vida en el tramo final de la tesis y empujarme día tras día hacia la meta.

Por último, y fundamental, el presente estudio no habría sido posible sin la desinteresada colaboración de las empresas que han dado respuesta al cuestionario. A todas ellas, muchas gracias:

1. A.T. TAWAZ, S.L.
2. AD3D Geoingeniería
3. Aerolaser System, S.L.
4. Alucan, S.A.
5. Andrés Megías Mendoza, S.A.
6. Astilleros Canarios, S.A.
7. Bandama, S.A.
8. BÍnter, líneas aéreas de Canarias
9. Canaest, S.L.
10. CANAFRIK
11. Canarship, S.L.U.
12. CF Arquitectura, Paisaje y Urbanismo, S.L.P.
13. Codexca, S.L.U.
14. Collbaix Canarias, S.L.
15. Conexión AfriCana
16. Consulta Europa Projects and Innovation, S.L.
17. COPLACA
18. Cosmética del Atlántico, S.L.
19. Cywaden Canarias, S.L.
20. Desarrollo Informático Personalizado, S.L.
21. Domingo Alonso Group
22. ECOS, Estudios Ambientales y Oceanografía, S.L.
23. Electrosericios Canarios - ELECAN
24. Elittoral S.L.N.E., Estudios de Ingeniería Costera y Oceanográfica
25. Emicela, S.A.
26. Enamar, S.A.
27. Estudio 7, S.L.
28. Feel Tourist Digital Solutions, S.L.
29. Freiremar, S.A.
30. Gestinova
31. Gestión y Planeamiento Territorial y Medioambiental, S.A.
32. Gofio La Piña, S.L.
33. Grupo Kalise, S.A.
34. Grupo Stier XXI, S.L.U.
35. Ingeniería de Protecciones y Control Eléctrico, S.L. (IPROCEL)
36. Instituto Tecnológico de Canarias, S.A.
37. José Sánchez Peñate, S.A.
38. Jucarne, S.A.
39. Klingele Embalajes Canarias
40. Lighthouse Tenerife Real Estate, S.L.
41. Litografía Romero, S.L.
42. Logimarex, S.L.

43. Looking for Development Asesores y Consultores, S.L.
44. Máximo Pestano, S.L.
45. Mincon West Africa, S.L.
46. Montesano Canarias, S.A.
47. Plan B Group
48. Positrónica, S.A.
49. R & LB Engineering Consulting
50. Rigaz Serviradio, S.L.
51. Sherritt Overseas Corporation
52. Sistema Ingeniería, S.A.
53. Space 1999 Telecom, S.L.U.
54. Tagua, S.L.
55. Tenerife Health International Service
56. TESS Hose Management Operations Canarias, S.L.
57. Tirma, S.A.
58. Vicente Rivera Bolaños, S.L.
59. Vidrieras Canarias, S.A.
60. Walter Beltrán y Asociados, S.L.P.
61. Empresa anónima

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Objetivos e hipótesis	2
1.2. Estructura de la tesis.....	3
2. LAS RELACIONES ENTE CANARIAS Y ÁFRICA	7
2.1. Recorrido histórico de las relaciones entre Canarias y África	7
2.2. Concepto tradicional de «tricontinentalidad» del archipiélago.....	12
2.2.1. Canarias en el entorno marítimo.....	13
2.2.2. Canarias en el entorno aéreo.....	15
2.3. Concepto actual de «tricontinentalidad» del archipiélago	15
2.3.1. El proyecto ALiX	16
2.3.2. Astilleros Canarias, S.A. (ASTICAN)	17
2.3.3. Ayuda humanitaria	20
2.3.4. El aeropuerto de Gran Canaria	21
2.4. Actualidad del comercio exterior entre Canarias y África	25
2.5. Canarias European Business Hub for Africa.....	28
2.6. Características de las empresas canarias con actividad en África.....	30
2.6.1. Directorio de empresas del portal AFRICAinfomarket.....	30
2.6.2. Directorio de empresas de la Sociedad Canaria de Fomento Económico (PROEXCA).....	32
3. LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EN LA EXPANSIÓN EMPRESARIAL HACIA ÁFRICA	35
3.1. La internacionalización de la empresa	35
3.1.1. La integración de España en los mercados internacionales.....	36
3.1.2. La internacionalización de la empresa española hacia África.....	39
3.1.3. La cultura en la internacionalización de la empresa.....	41
3.1.4. La barrera lingüística en el comercio internacional.....	43
3.2. La traducción y la interpretación en el comercio exterior entre Canarias y África	44
3.2.1. La traducción	44
3.2.1.1. La tipología textual.....	45
3.2.1.2. La traducción para el comercio exterior.....	52
3.2.1.2.1. Contextualización.....	52

3.2.1.2.2.	La traducción comercial	54
3.2.1.2.3.	Los tipos de documentos del comercio exterior	58
3.2.1.2.4.	Otros tipos de documentos que intervienen en la actividad del comercio exterior	66
3.2.1.2.5.	Traducción de la correspondencia comercial y de otras formas de comunicación	69
3.2.1.2.5.1.	Correspondencia comercial: las cartas.....	69
3.2.1.2.5.2.	El correo electrónico	71
3.2.1.2.5.3.	La mensajería móvil: SMS y WhatsApp.....	74
3.2.2.	La interpretación.....	76
3.2.2.1.	Recorrido histórico	77
3.2.2.2.	Modalidades de interpretación	82
3.2.2.2.1.	La interpretación de conferencias	82
3.2.2.2.1.1.	Interpretación consecutiva	83
3.2.2.2.1.2.	Interpretación simultánea.....	84
3.2.2.2.2.	La interpretación de enlace	86
3.2.2.3.	Proceso de interpretación	90
3.2.2.4.	Competencias del intérprete	92
3.2.2.4.1.	Competencias específicas del intérprete consecutivo	93
3.2.2.4.2.	Competencias específicas del intérprete simultáneo.....	93
3.2.2.4.3.	Competencias específicas del intérprete de enlace: el intérprete como mediador	94
3.2.2.5.	Situaciones o contextos en los que se requiere la labor de un intérprete.....	95
3.2.2.5.1.	La interpretación de conferencias	95
3.2.2.5.2.	La interpretación de enlace	96
3.2.2.5.2.1.	La interpretación comunitaria o para los servicios públicos.....	96
3.2.2.5.2.2.	La interpretación en el mercado privado: entornos empresariales	97
3.2.2.5.3.	La interpretación en entornos virtuales: interpretación remota.....	99
3.2.3.	Las lenguas francas.....	101
3.2.3.1.	Inglés	102
3.2.3.2.	Francés	103
4.	EL ESTUDIO.....	107
4.1.	Estudio preliminar	107
4.1.1.	Contextualización y desarrollo del estudio.....	107

4.1.2.	Resultados y conclusiones	110
4.2.	Estudio principal.....	112
4.2.1.	Población de estudio	112
4.2.2.	Muestra del estudio.....	113
4.2.3.	Metodología.....	114
4.2.4.	Metodología del muestreo	121
4.2.5.	Descripción de las respuestas	121
4.2.5.1.	Resultados del primer bloque del cuestionario: información general sobre la actividad de la empresa con África	122
4.2.5.2.	Resultados del segundo bloque: necesidades de traducción	135
4.2.5.2.1.	Necesidades de traducción de francés	135
4.2.5.2.2.	Necesidades de traducción de inglés	145
4.2.5.2.3.	Necesidades de traducción de portugués.....	155
4.2.5.2.4.	Comparación entre las necesidades de traducción del o al inglés, francés y portugués	164
4.2.5.3.	Resultados del tercer bloque: necesidades de interpretación	176
4.2.5.3.1.	Necesidades de interpretación: preguntas generales	177
4.2.5.3.2.	Necesidades de interpretación de francés.....	180
4.2.5.3.3.	Necesidades de interpretación de inglés.....	185
4.2.5.3.4.	Necesidades de interpretación de portugués	189
4.2.5.3.5.	Comparación entre las necesidades de interpretación del o al inglés, francés y portugués	193
4.2.5.4.	Aportaciones finales de los sujetos de la muestra	199
5.	DISCUSIÓN.....	201
6.	CONCLUSIONES	207
	BIBLIOGRAFÍA	211
	ANEXOS	233
	Anexo I: Cuestionario piloto elaborado en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Gran Canaria que se entregó en los encuentros de Senegal y Mauritania	233
	Anexo II: Cuestionario piloto elaborado en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Gran Canaria que se entregó en el encuentro de Cabo Verde	235
	Anexo III: Cuestionario acerca de las necesidades de traducción e interpretación de las empresas canarias con actividad comercial en países africanos.....	237

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Tráfico marítimo total en toneladas en la provincia de Las Palmas entre 1917 y 2016 (Autoridad Portuaria de Las Palmas, s.f.).....	14
Gráfico 2. Número de barcos pesqueros procedentes del extranjero que han pasado por ASTICAN entre 2010 y 2021, por país de procedencia (Astilleros Canarios, S.A. [ASTICAN], s.f.).....	18
Gráfico 3. Continentes de procedencia de los buques que han llegado a ASTICAN entre 2010 y septiembre de 2021 (ASTICAN, s.f.).....	20
Gráfico 4. Entrada anual de pasajeros extranjeros en las islas Canarias por vía aérea entre 2004 y 2022 (en número de personas) (ISTAC, 2023).....	22
Gráfico 5. Entrada anual de pasajeros procedentes de América en las islas Canarias por vía aérea entre 2010 y 2019 (en número de personas) (ISTAC, 2021).....	23
Gráfico 6. Entrada anual de pasajeros procedentes de países europeos distintos de España a las islas Canarias por vía aérea entre 2010 y 2019 (en número de personas) (ISTAC, 2021).....	23
Gráfico 7. Entrada anual de pasajeros procedentes de África en las islas Canarias por vía aérea entre 2010 y 2019 (en número de personas) (ISTAC, 2021).....	24
Gráfico 8. Entrada anual de pasajeros procedentes de África en las islas Canarias por vía aérea entre 2010 y 2019 por país (en número de personas) (ISTAC, 2021).....	24
Gráfico 9. Evolución de las exportaciones e importaciones de Canarias hacia y desde África entre 2016 y 2022 (en número de operaciones) (Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, 2023).....	26
Gráfico 10. Evolución de las exportaciones de Canarias a los principales destinos africanos entre 2016 y 2022 (en número de operaciones) (Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, 2023).....	27
Gráfico 11. Países africanos en los que operan las empresas canarias.....	31
Gráfico 12. Sectores en los que se enmarcan las actividades de las empresas canarias con actividad en África, según ÁFRICAinfomarket.....	32
Gráfico 13. Sectores en los que se enmarcan las actividades de las empresas canarias con actividad en África, según PROEXCA.....	33
Gráfico 14. Número de empleados que tienen las empresas canarias con presencia en África.....	34
Gráfico 15. Importaciones y exportaciones de España entre 2012 y 2022 (en millones de euros) (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2023).....	38
Gráfico 16. Importaciones y exportaciones de Canarias entre 2016 y 2022 (en euros) (Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, 2023).....	39
Gráfico 17. Índice de presencia global (Christiansen, 2015).....	103
Gráfico 18. Número de empleados de las empresas colaboradoras.....	122
Gráfico 19. Principales países en los que operan las empresas canarias de la muestra.....	124
Gráfico 20. Antigüedad con la que las empresas de la muestra han trabajado en países africanos.....	124

Gráfico 21. Países en los que se encuentran los locales u oficinas de las empresas canarias de la muestra (en número de empresas).....	125
Gráfico 22. Número de empleados en los locales u oficinas de las empresas de la muestra instaladas en África	126
Gráfico 23. Gestión de la actividad con África de las empresas de la muestra que no tienen local u oficina en destino	127
Gráfico 24. Frecuencia con la que las empresas de la muestra hacen envíos de productos o prestan servicios a países africanos	128
Gráfico 25. Número de empleados que se dedican a la actividad con África en la sede de la empresa en Canarias	129
Gráfico 26. Lenguas con la que se comunican los empleados de las empresas de la muestra que trabajan en la lengua del país africano en cuestión.....	130
Gráfico 27. Lenguas en las que se comunican los empleados de las empresas de la muestra que no conocen la lengua oficial del país africano en el que operan.....	131
Gráfico 28. Productos o servicios de las empresas de la muestra	132
Gráfico 29. Lengua principal con la que las empresas de la muestra trabajan en su actividad con África.....	133
Gráfico 30. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos del o al francés para el comercio con África.....	135
Gráfico 31. Frecuencia con la que las empresas necesitan traducir documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad del o al francés para el comercio con África.....	138
Gráfico 32. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos de transporte del o al francés para el comercio con África	140
Gráfico 33. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos financieros del o al francés para el comercio con África	142
Gráfico 34. Proporción de los otros tipos de documentos que las empresas de la muestra necesitan traducir del o al francés para el comercio con África.....	145
Gráfico 35. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos del o al inglés para el comercio con África.....	146
Gráfico 36. Frecuencia con la que las empresas necesitan traducir documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad del o al inglés para el comercio con África.....	148
Gráfico 37. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos de transporte del o al inglés para el comercio con África	150
Gráfico 38. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos financieros del o al inglés para el comercio con África	152
Gráfico 39. Proporción de los otros tipos de documentos que las empresas de la muestra necesitan traducir del o al inglés para el comercio con África.....	154
Gráfico 40. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos del o al portugués para el comercio con África.....	155
Gráfico 41. Frecuencia con la que las empresas necesitan traducir documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad del o al portugués para el comercio con África	158

Gráfico 43. Frecuencia con la que las empresas necesitan traducir documentos financieros del o al portugués para el comercio con África	161
Gráfico 44. Proporción de los otros tipos de documentos que las empresas de la muestra necesitan traducir del o al portugués para el comercio con África.....	163
Gráfico 45. Frecuencia con la que las empresas necesitan traducir documentos del o al inglés, francés o portugués	165
Gráfico 46. Forma de cubrir los servicios de traducción de las empresas de la muestra (en número de empresas).....	166
Gráfico 47. Necesidad de traducción de documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad, por lengua (en número de empresas).....	167
Gráfico 48. Frecuencia con la que se traducen documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad de un mismo número de empresas del o al inglés y francés (en número de empresas)	168
Gráfico 49. Necesidad de traducción de documentos de transporte para el comercio con África (en número de empresas).....	169
Gráfico 50. Frecuencia con la que se necesitan traducir los documentos de transporte que traduce un mismo número de empresas del o al inglés y francés (en número de empresas).....	171
Gráfico 51. Necesidad de traducción de documentos financieros para el comercio con África (en número de empresas).....	173
Gráfico 52. Necesidad de traducción de otros tipos de documentos para el comercio con África (en número de empresas).....	174
Gráfico 52. Sectores de actividad de las empresas que necesitan traducir documentos con mayor frecuencia para el comercio con África.....	176
Gráfico 53. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan trabajar con intérpretes para el comercio con África.....	177
Gráfico 54. Proporción de empresas de la muestra que necesitan trabajar con intérpretes en modo simultáneo para el comercio con África	178
Gráfico 55. Proporción de empresas de la muestra que necesitan trabajar con intérpretes en modo consecutivo para el comercio con África.....	178
Gráfico 56. Proporción de empresas de la muestra que necesitan trabajar con intérpretes en situaciones no presenciales para el comercio con África	179
Gráfico 57. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan contar con la labor de un intérprete de francés para su actividad con África	180
Gráfico 58. Forma de cubrir los servicios de interpretación de francés para el comercio con África	181
Gráfico 59. Origen de los intérpretes de francés a los que acuden las empresas que contratan intérpretes externos para su actividad con África.....	181
Gráfico 60. Direcciones hacia las que trabajan los intérpretes de francés para el comercio con África	182
Gráfico 61. Situaciones en las que se precisa la labor de un intérprete de francés para el comercio con África	183

Gráfico 62. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan contar con la labor de un intérprete de inglés para su actividad con África	185
Gráfico 63. Forma de cubrir los servicios de interpretación de inglés para el comercio con África	186
Gráfico 64. Origen de los intérpretes de inglés a los que acuden las empresas de la muestra que cuentan con intérpretes externos para su actividad con África	186
Gráfico 65. Direcciones hacia las que trabajan los intérpretes de inglés para el comercio con África	187
Gráfico 66. Situaciones en las que se precisa la labor de un intérprete de inglés para el comercio con África	188
Gráfico 67. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan contar con la labor de un intérprete de portugués para su actividad con África	189
Gráfico 68. Forma de cubrir los servicios de interpretación de portugués para el comercio con África	190
Gráfico 69. Origen de los intérpretes de portugués a los que acuden las empresas que contratan intérpretes externos para su actividad con África.....	190
Gráfico 70. Direcciones en las que trabajan los intérpretes de portugués para el comercio con África	191
Gráfico 71. Situaciones en las que se precisa la labor de un intérprete de portugués para el comercio con África	192
Gráfico 72. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan contar con la labor de un intérprete de inglés, francés o portugués para su actividad con África.....	194
Gráfico 73. Forma de cubrir los servicios de interpretación de inglés, francés y portugués para el comercio con África (en número de empresas)	194
Gráfico 74. Origen de los intérpretes de inglés, francés y portugués a los que acuden las empresas que contratan intérpretes externos para su actividad con África (en número de empresas)	195
Gráfico 75. Direcciones hacia las que trabajan los intérpretes de inglés, francés y portugués para el comercio con África (en número de empresas)	196
Gráfico 76. Situaciones en las que se precisa la labor de un intérprete de inglés, francés y portugués para el comercio con África (en número de empresas)	197
Gráfico 77. Sectores de actividad de las empresas que necesitan acudir a intérpretes con mayor frecuencia para el comercio con África (en número de empresa).....	198

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Recorrido del sistema de cable Africa Coast to Europe (ACE) del proyecto ALiX (ACE, s.f.).	17
Figura 2. Lugar de procedencia de los buques que han pasado por ASTICAN entre 2010 y septiembre de 2021 (ASTICAN, s.f.).....	19
Figura 3. Conexiones aéreas, marítimas y por cable submarino de las islas Canarias con África (Canary Islands Hub, s.f.).....	29
Figura 4. Impuesto sobre Sociedades de varios países europeos y de Canarias (Canary Islands Hub, s.f.).....	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Documentos informativos del comercio exterior (Socorro Trujillo, 2008).....	59
Tabla 2. Documentos oficiales o administrativos del comercio exterior: documentos aduaneros (Socorro Trujillo, 2008)	60
Tabla 3. Documentos oficiales o administrativos del comercio exterior: documentos para-aduaneros (Socorro Trujillo, 2008)	61
Tabla 4. Documentos de transporte marítimo en el comercio exterior (Socorro Trujillo, 2008).....	62
Tabla 5. Documentos de transporte aéreo en el comercio exterior (Socorro Trujillo, 2008).....	63
Tabla 6. Documentos de otros medios de transporte en el comercio exterior (Socorro Trujillo, 2008).....	64
Tabla 7. Documentos de acompañamiento al transporte en el comercio exterior (Socorro Trujillo, 2008).....	64
Tabla 8. Documentos financieros (Socorro Trujillo, 2008).....	65
Tabla 9. Mensajería en régimen de correspondencia (López Alonso, 2006)	72
Tabla 10. Mensajería sin respuesta (López Alonso, 2006).....	73
Tabla 11. Estructura de un correo electrónico personal de carácter profesional en español (López Alonso, 2006)	73
Tabla 12. Modalidades de interpretación	83
Tabla 13. Elementos que contribuyen a reducir la cantidad de malentendidos en la fase de comprensión del discurso del intérprete (Hale, 2010)	89
Tabla 14. Propuesta de los factores que influyen en el estilo de la reformulación (Hale, 2010:23).....	91
Tabla 15. Lenguas de los países africanos (Casa África, s.f.)	105
Tabla 16. Cuestionario del estudio preliminar en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Gran Canaria	109
Tabla 17. Resumen de las respuestas obtenidas en los tres cuestionarios elaborados en colaboración con la Cámara de Comercio de Gran Canaria (Álvarez Díaz y Adams, 2021).....	111
Tabla 18. Distribución de las empresas colaboradoras en el estudio según los datos de registro.....	114
Tabla 19. Número de empresas canarias que operan en África (por país)	123
Tabla 20. Empresas de la muestra con local u oficina en África.....	125
Tabla 21. Proporción de empresas que se comunican en la lengua del país africano o en otra lengua vehicular	129
Tabla 22. Frecuencia con la que las empresas de la muestra trabajan en inglés, francés, español y portugués	132
Tabla 23. Forma de cubrir los servicios de traducción del o al francés para el comercio con África	136

Tabla 24. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad del o al francés para el comercio con África.....	137
Tabla 25. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos de transporte del o al francés para el comercio con África	139
Tabla 26. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos financieros del o al francés para el comercio con África	142
Tabla 27. Otros tipos de documentos que las empresas de la muestra necesitan traducir del o al francés para el comercio con África	144
Tabla 28. Forma de cubrir los servicios de traducción del o al inglés para el comercio con África	146
Tabla 29. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad del o al inglés para el comercio con África.....	147
Tabla 30. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos de transporte del o al inglés para el comercio con África	150
Tabla 31. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos financieros del o al inglés para el comercio con África	151
Tabla 32. Otros tipos de documentos que las empresas de la muestra necesitan traducir del o al inglés para el comercio con África	153
Tabla 33. Forma de cubrir los servicios de traducción del o al portugués para el comercio con África	156
Tabla 34. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad del o al portugués para el comercio con África	157
Tabla 35. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos de transporte del o al portugués para el comercio con África.....	159
Tabla 36. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos financieros del o al portugués para el comercio con África.....	160
Tabla 37: Otros tipos de documentos que las empresas de la muestra necesitan traducir del o al portugués para el comercio con África	162
Tabla 38. Otros comentarios y anotaciones de las empresas colaboradoras en el estudio (en número de empresas).....	199

1. INTRODUCCIÓN

Las relaciones comerciales entre Canarias y África suponen en la actualidad una fuente de ingresos económicos importante en el archipiélago. Han pasado por diferentes etapas, de más o menos intensidad, pero cabe destacar que el origen de estas relaciones se remonta al momento del poblamiento de Canarias, ya que los primeros habitantes eran originarios del norte de África. Este vínculo se estrechó cada vez más, entre otras cuestiones, gracias a la actividad pesquera en el conocido caladero canario-sahariano. Dicho caladero lo explotaban buques procedentes de distintas partes del mundo que hacían escala en las islas Canarias como puerto de avituallamiento. Esto llevó a Canarias a considerarse una plataforma logística internacional de suelo europeo, ubicado a corta distancia de África y que presta los servicios necesarios tanto a nivel de transporte como empresarial gracias a sus ventajas fiscales, entre otras. Hoy en día, el Gobierno de Canarias apoya y crea diversas iniciativas para fomentar las inversiones en África desde el archipiélago canario como base para los negocios.

Por otra parte, cuando las empresas deciden emprender negocios con otros países con los que no comparten ni lengua ni cultura, deben romper la barrera lingüística y cultural. Los estudiosos en la materia coinciden en la importancia de contar con traductores e intérpretes a la hora de llevar a cabo intercambios comerciales de este tipo. Dichos profesionales pueden intervenir en diversas fases del acuerdo comercial, la primera de las cuales es la fase de negociación. El hecho de poder romper la barrera lingüística y cultural permitirá que se alcancen acuerdos comerciales, que poco a poco se estrechen dichas relaciones y que perduren en el tiempo.

El continente africano presenta una gran cantidad de lenguas, muchas de las cuales son minoritarias (wolof, jola, tigrina, suajili, bulú, zulú, pular o soninke, entre otras). Sin embargo, en el ámbito del comercio exterior no se emplean dichas lenguas, sino lenguas como el francés o el inglés, dependiendo del país del que se trate. En el caso de Marruecos, por ejemplo, donde la lengua oficial más empleada es el árabe, se utiliza el francés en el ámbito de los negocios, una lengua que está presente en cerca de la mitad de los países africanos, ya sea como lengua oficial o como una lengua más del país. Es el caso, por ejemplo, de Costa de Marfil, Marruecos, Mauritania, Senegal o Togo.

En la literatura científica disponible, existen varios estudios acerca de las necesidades de traducción en el ámbito del comercio internacional, así como manuales en los que se describen los documentos que se emplean en este ámbito. Además, podemos encontrar estudios que versan sobre la internacionalización de la empresa de distintas zonas de España (Andrés González-Moralejo, 2008; Aguayo Arrabal, 2013) y otros sobre la mediación oral entre partes de una negociación que pertenecen a países con distintas lenguas y culturas, como se verá más adelante en esta tesis. Sin embargo, no se ha podido identificar ninguna investigación que trate la traducción y la interpretación en el contexto específico de las relaciones entre las islas Canarias y el continente africano ni que contemple al detalle los tipos de documentos que más se traducen en el marco del comercio internacional ni las situaciones comunicativas para las que se requiere con mayor frecuencia la labor de intérpretes. Asimismo, se carece de investigaciones sobre el tipo de empresa de Canarias que exporta productos o servicios a países africanos desde el punto de vista de la antigüedad de las relaciones con África y del perfil de los empleados que se encargan de las relaciones con dichos países. Por ello, surge la curiosidad y necesidad de llevar a cabo el estudio que se presenta en esta tesis doctoral.

1.1. Objetivos e hipótesis

La presente tesis tiene dos objetivos principales. Por una parte, se busca conocer las necesidades lingüísticas en el marco de las relaciones comerciales entre Canarias y África, que incorporan las lenguas que se emplean en mayor medida en este tipo actividad y, por lo tanto, la necesidad de acudir a traductores e intérpretes. Por otra parte, se pretende resaltar las oportunidades que tienen los traductores e intérpretes en el mercado del comercio exterior entre Canarias y África y las lenguas de trabajo en este entorno.

Para poder alcanzar dichos objetivos principales, se precisa lograr una serie de objetivos secundarios. En primer lugar, se trata de conocer de qué manera se gestionan las relaciones comerciales entre las partes de una transacción comercial, lo cual implica conocer los países africanos en los que operan las empresas canarias y sus lenguas oficiales, los conocimientos lingüísticos del personal de las empresas encargado de gestionar dichas transacciones, la frecuencia y antigüedad con la que las empresas de canarias trabajan en dicho mercado, teniendo en consideración sus productos y servicios, el tamaño de la empresa, y su presencia física o no en África. Partiendo de esta base, resulta necesario analizar las necesidades de traducción en el comercio exterior

relacionadas con los textos más usados en este campo, es decir, en el plano escrito de la comunicación, teniendo en cuenta las lenguas implicadas, la frecuencia con la que se traducen documentos en este campo y la forma de cubrir dichos servicios de traducción. Por último, se pretende analizar las necesidades de interpretación en el comercio exterior relacionadas con las situaciones comunicativas más comunes, atendiendo a las modalidades de interpretación empleadas, la frecuencia con la que quienes operan en este campo acuden a intérpretes, la forma de cubrir dichos servicios y las situaciones en las que se requiere de estos profesionales.

Constituye una realidad contrastada que las relaciones empresariales entre Canarias y los países africanos del entorno están en auge. Partimos de la hipótesis, pues, de que las necesidades actuales de traducción e interpretación en el mercado en las islas Canarias dentro de su vertiente de *hub* de negocios del Atlántico requieren profesionales con formación específica en traducción e interpretación y con competencias en estos ámbitos y que la lengua vehicular en el marco de este tipo de actividad es el francés. Con el estudio que proponemos, a partir de los objetivos generales y específicos marcados, se pretende comprobar en qué medida estamos en lo cierto. Para ello resultará fundamental contrastar esta hipótesis con los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a empresas canarias y la combinación con otros datos empíricos relevantes, como, por ejemplo, las exigencias en materia de competencias, no solo lingüísticas, sino también temáticas, terminológicas y culturales.

1.2. Estructura de la tesis

Esta tesis se articula en torno a dos ejes fundamentales: una primera parte (que se divide en dos capítulos), que nos ayuda a fundamentar los antecedentes del presente estudio, principalmente en lo relativo a las relaciones entre Canarias y África y a la comunicación intercultural en la expansión empresarial hacia África, y un estudio práctico, con el que se persigue alcanzar los objetivos trazados en el apartado anterior.

En el capítulo 2 se trata la historia de las relaciones comerciales entre Canarias y África, mediante un recorrido histórico que se divide en diferentes etapas y que contempla los conceptos tradicionales y actuales de la «tricontinentalidad» de Canarias como punto de encuentro entre América, África y Europa. Además, se recogen datos estadísticos sobre la actualidad del comercio exterior entre Canarias y África y, por su relevancia en este marco, se exponen las principales características y acciones de la iniciativa *Canarias*

European Business Hub for Africa del Gobierno de Canarias, así como una descripción de las empresas canarias que operan en África que están registradas en bases de datos públicas y que han sido los destinatarios del estudio central de esta tesis.

El capítulo 3 aborda la comunicación intercultural en la expansión empresarial hacia África y se estructura en dos apartados fundamentales: (1) la internacionalización de la empresa, que, partiendo de la historia y teniendo en cuenta el punto de vista empresarial, el caso concreto de España y de la cultura en la internacionalización de la empresa, culmina con un apartado sobre la barrera lingüística en el marco del comercio internacional, y (2) la traducción y la interpretación en el ámbito del comercio exterior. Concretamente, se tratan aspectos como la traducción especializada en el ámbito comercial y los tipos de documentos que surgen en las transacciones comerciales de índole internacional, de acuerdo con diversas tipologías textuales que han servido como referencia. Igualmente, se examinan las diferentes modalidades de interpretación, con especial atención a la interpretación de enlace, que es la que nos ocupa principalmente en esta tesis. Además, se añade un apartado sobre la interpretación en las relaciones entre Canarias y África y otro sobre las lenguas francas, con especial atención al francés en África.

En el capítulo 4 se presenta un cuestionario, que se entregó a las empresas canarias que operan en países africanos, que integra una serie de preguntas sobre las necesidades de traducción e interpretación a la hora de exportar productos o prestar servicios a dichos países. A partir de los resultados de este cuestionario pudimos conocer tanto las características de las empresas como sus necesidades de traducción (frecuencia con la que necesitan traducir documentos, forma de cubrir dichos servicios y tipos de textos que más se traducen) como de interpretación (frecuencia con la que requieren los servicios de intérpretes, forma de cubrir dichos servicios, combinaciones lingüísticas y situaciones comunicativas más habituales), entre otros aspectos.

El estudio práctico de esta tesis, por tanto, se compone fundamentalmente de los resultados obtenidos de dicho cuestionario, que consta de cincuenta y ocho preguntas que fueron formuladas tomando como referencia los objetivos mencionados. Los resultados del cuestionario se muestran siguiendo su propia estructura de tres bloques bien diferenciados: características de la empresa y su relación con países africanos,

necesidades de traducción para el comercio con África y necesidades de interpretación para el comercio con África.

En el capítulo 5, se expone la discusión, en la que se tratan cualitativamente los resultados obtenidos y se vinculan con los aspectos más destacables de los capítulos 2 y 3.

El capítulo 6 ofrece las conclusiones generales extraídas del estudio. Se alude al grado de consecución de los objetivos planteados, así como a las hipótesis de este trabajo. También se comentan las aplicaciones prácticas de la tesis y se describen las posibles líneas de investigación futuras.

En la bibliografía que se ofrece en esta tesis se encuentran todas las fuentes documentales y de referencia que han servido para fundamentar y contextualizar el estudio y que han sido citadas a lo largo del trabajo.

Al final del documento se encuentran los anexos, que contienen los cuestionarios que se emplearon para llevar a cabo esta investigación.

2. LAS RELACIONES ENTE CANARIAS Y ÁFRICA

La ubicación geográfica que tienen las islas Canarias con respecto al continente africano nos lleva a pensar en la conexión que podría existir entre ambos territorios. En este apartado se ofrece un repaso de las relaciones que han tenido dichos territorios a lo largo de la historia. También se trata el concepto de «tricontinentalidad» y la percepción que se tiene de esta circunstancia en la actualidad. Canarias no está solo en un punto de unión con el continente africano, sino que es también el *hub* entre Europa, América y África. Para finalizar, se describe la situación actual del comercio exterior que se produce entre las islas Canarias y los países africanos y el *Canarias European Business Hub for Africa*.

2.1. Recorrido histórico de las relaciones entre Canarias y África

Como hemos dicho anteriormente, es de esperar que Canarias y los países africanos más cercanos hayan mantenido contactos a lo largo de la historia, principalmente, por su proximidad geográfica. Hemos dividido este apartado en tres bloques: en primer lugar, se examinan los siglos XV, XVI y XVII; posteriormente, los siglos XVIII y XIX, y, finalmente, los siglos XX y XXI.

Antes de centrarnos en las relaciones entre Canarias y África hay que decir, de acuerdo con Díaz Hernández y Ginés de la Nuez (2013:2), que

antes de la conquista de Canarias ya acudían los europeos [...] en busca de productos para intercambiar. Sin embargo, en esa época las islas [...] solo ofrecían su propia gente, que era conducida como mano de obra esclava a los mercados peninsulares, en particular a Valencia y Sevilla, y la orchilla [...] que crecía de forma silvestre en los riscos y acantilados de Canarias.

La relación humana que existe entre Canarias y África tiene su origen en el momento del poblamiento, puesto que los primeros habitantes eran procedentes del norte de África y se estima que hayan llegado a las islas entre «el último cuarto del S. I a. C. y el I d. C.» (García García y Tejera Gaspar, 2018:59). Posteriormente, tras la conquista castellana, las relaciones aumentaron y «existieron contactos regulares entre ambos territorios durante los siglos XVII y XVIII. [...] Canarias tuvo, sobre todo, contactos con la costa atlántica africana» (Santana Pérez et al., 2004:219). Las relaciones entre estos territorios se intensificaron en la etapa moderna hasta el punto de que hay ciertas palabras de procedencia árabe que se han adoptado en el archipiélago a causa del contacto humano entre ellos. Por otra parte, la pesca también creó un vínculo estrecho con el continente vecino debido al importante caladero del entorno. Tras la conquista de Canarias, el

archipiélago pasó a ser un punto de servicio de los pescadores procedentes de Andalucía y Galicia, aunque Canarias fue desarrollando su propia flota y pasó a hacerse con el monopolio de la actividad en la costa africana ya que gozaban de la exclusividad para explotarlo (Carnero Lorenzo, 2012). Sin embargo, la pesca no es la única actividad que vinculó a Canarias con África. Hasta el siglo XVII a Canarias se traían esclavos de África subsahariana que se dedicaban a trabajar en las plantaciones azucareras en Gran Canaria y Tenerife. Parte de esta mano de obra se enviaba a la América hispana en los navíos que pasaban por Canarias por razones de avituallamiento y mercadería (Carnero Lorenzo, 2012), ya que la Corona había recuperado La Habana y Manila tras haber sido tomadas por los ingleses (Alonso Álvarez, 1994).

Otra actividad protagonista en esta época fue la pesquería. Tenía lugar entre el Cabo de Aguer y Arguín y permitió acercar a las poblaciones y, por consiguiente, establecer relaciones comerciales como, por ejemplo, el intercambio de cuerdas por madera, agua o plumas (Santana Pérez et al., 2004).

Tras la firma de los tratados de paz entre España y Marruecos, el comercio entre Canarias y África se expandió durante el siglo XVIII. Los protagonistas de estas actividades eran los agentes locales de dichos lugares, pero también había mercaderes extranjeros que hacían escala en el archipiélago y adquirían productos isleños a cambio de los que traían de África. Por lo tanto, Canarias desempeñaba el papel de unión entre Europa, África y América y funcionaba como plataforma logística en el avituallamiento de los buques que hacían escala en las islas (Carnero Lorenzo, 2012).

Durante este mismo siglo, la vid, que constituía una fuente de ingresos importante en Canarias (González Santana et al., 2018), había perdido mercados y se buscaban otras formas de cultivo. Fue entonces cuando comenzaron a llegar a las islas cultivos desde África. No todos procedían de dicho continente, que muchas veces era solo el trampolín para que llegaran a otros lugares, pero muchos sí procedían de los países vecinos. Un ejemplo de estos últimos son el plátano o la ñamera (Santana Pérez et al., 2004).

Aunque en 1852 la Ley de Puertos Francos permitiera que el capitalismo se desarrollara en Canarias en una vertiente de intercambio que dio lugar a un aumento en las importaciones y exportaciones y a que las islas constituyeran un punto de avituallamiento para los buques que hacían escala en las islas en sus viajes hacia el Atlántico Sur, a partir de la década de 1870, Canarias pasó por una etapa recesiva a causa de «la extensión al

Archipiélago de una política comercial proteccionista y la emancipación de las colonias hispanas en América, que hasta ese momento habían servido de amortiguador para la deficitaria balanza comercial isleña con Europa», según Carnero Lorenzo (2012:48). De acuerdo con este autor, durante la década de los 1870, las exportaciones que partían del archipiélago disminuyeron considerablemente, lo que produjo la búsqueda de alternativas, alguna de las cuales fueron la producción de tabaco y azúcar, dos productos que llegaban a España desde el Caribe; la ampliación de los puertos, y la incorporación del telégrafo, lo que permitió recuperar la situación económica del momento e incluso mejorar la que había antes de la disminución de las exportaciones.

De acuerdo con Carnero Lorenzo (2012:48-49), el régimen de Puertos Francos sufrió una importante transformación en el año 1900, lo que se tradujo en que «las islas continuaron siendo españolas en lo político, pero país tercero en lo económico, debido a la aplicación del principio de extranjería para las exportaciones de Canarias hacia el resto del territorio nacional». Según este autor, se suprimieron algunos gravámenes sobre determinadas exportaciones, pero se impusieron tasas al tráfico mercantil del exterior, así como los arbitrios insulares, lo que permitió que, desde finales del siglo XIX hasta la década de 1930, Canarias tuviera un periodo de crecimiento económico, a pesar de determinados acontecimientos a los que tuvo que hacer frente, como la Primera Guerra Mundial o el Crack del 29. Asimismo, explica que la economía canaria había comenzado a internacionalizarse, no solo gracias al sector agroexportador, sino gracias en gran medida a las actividades económicas que tenían lugar en los puertos más importantes del archipiélago, aunque, con la llegada de la Guerra Civil, las islas vieron impedimentos para abrirse a mercados exteriores y tuvieron que comenzar a nutrirse de productos nacionales importados y no de productos procedentes de mercados internacionales, que eran más baratos. A pesar de ello, gozaron de ciertas ventajas con respecto al resto del país por su ubicación y aislamiento, lo que les proporcionaba cierta autonomía legislativa. Una vez finalizó la Guerra Civil, Canarias volvió a un periodo de prosperidad, aunque seguidamente comenzó la Segunda Guerra Mundial, lo que supuso el inicio de otra fase de dificultades para las islas. Como consecuencia, las exportaciones y las importaciones disminuyeron hasta que, al terminar la Segunda Guerra Mundial, las islas recuperaron su actividad hacia el exterior.

A lo largo de este proceso bélico, el sector terciario sufrió un retroceso considerable en las islas, pero, una vez se normalizó la situación, volvió a ser el sector protagonista en la

economía del archipiélago, al igual que los puertos isleños como base de operaciones de flotas de pesca de otros países y del desarrollo del caladero canario-sahariano, que se vio beneficiado por el cierre del Canal de Suez a finales del siglo XX.

Desde que en el año 1947 se firmó el Acuerdo General de Aranceles y Comercio (conocido como GATT, del inglés General Agreement on Tariffs and Trade), y de acuerdo con Díaz Hernández y Ginés de la Nuez (2013:4), «el comercio mundial se ha multiplicado por 15 hasta el año 2010». Esto fue algo que también se vio reflejado en el archipiélago canario con respecto a las actividades de comercio exterior que se mantenían con los países del continente vecino ya que, durante los años 50, las exportaciones que partían del archipiélago hacia los países africanos más cercanos se intensificaron. Algunos de los factores que contribuyeron a este hecho, según Carnero Lorenzo (2011:46) son:

la intensificación de la explotación económica de los territorios coloniales españoles, que convirtieron a las islas en su base de avituallamiento, [...] el incremento de las exportaciones de derivados del petróleo, [...] el desarrollo de las industrias conserveras de pescado [...].

Por otra parte, las exportaciones que llevaba a cabo España en su conjunto a países del continente africano se multiplicaron por 25 y las importaciones de África a España, por 8 (Díaz Hernández y Ginés de la Nuez, 2010). El producto más exportado a dichos países del continente vecino era el petróleo, sobre todo desde que, en la década de los años 30, comenzó a funcionar la refinería de CEPSA y, por ende, «el archipiélago se convirtió en un centro para el abastecimiento del África occidental», como apunta Carnero Lorenzo (2011:9). También fueron relevantes en este sentido las manufacturas, los productos pesqueros, las conservas y los congelados.

Sin embargo, según este autor, los países del continente africano no destacaban como proveedores de las islas. Aun así, la mayoría de las compras que hacía el archipiélago al continente vecino se efectuaban en Marruecos, Guinea Ecuatorial y el Sáhara hasta los años 60, década en la que se produjo el *boom* turístico en Canarias, que se convirtió en la actividad protagonista en la economía de las islas.

En el año 1972, se establece el Régimen Económico y Fiscal (REF), que supuso que Canarias tuviera una mayor competitividad en los mercados exteriores, aunque también implicó sufrir ciertas crisis internacionales. En general, el estado sufrió una serie de cambios económicos que también afectaban a Canarias, pero que concluyeron en la

incorporación de España a la Comunidad Europea en 1986. Esto implicó, además de un crecimiento económico para las islas, un cambio favorecedor en el sector servicios (Carnero Lorenzo, 2012).

En el año 1975, la denominada Marcha Verde afectó a la actividad comercial entre Canarias y África, puesto que España dejó de dominar el Sáhara occidental, que constituía el acceso al continente. Hubo dificultades para establecer negocios con los países africanos (Díaz Hernández y Ginés de la Nuez, 2010). En esa época, y por a la ubicación geográfica de Canarias, África era un mercado potencialmente atractivo, pero de difícil acceso. Algunos ejemplos de estos factores que impedían su acceso eran la falta de un tejido exportador en las islas, la falta de una red de comunicaciones marítimas y aéreas estable, la competencia de otros países, la inestabilidad, las controversias políticas y la barrera idiomática, que comentaremos posteriormente (Díaz Hernández y Ginés de la Nuez, 2013).

Como señalan Díaz Hernández y Ginés de la Nuez (2010), a partir de 1982 Canarias recuperaba su papel exportador de petróleo, conservas, pescado, etc. y, a finales de los años 1980, Mauritania y Senegal pasaron a tener lazos estrechos con las islas. Si tenemos en cuenta, por ejemplo, el total de las exportaciones que llevaba a cabo España hacia Mauritania, 90% de ellas se hacían desde Canarias. Además, «las relaciones de Canarias con los diferentes países africanos [...] pasan por diferentes vicisitudes con oscilaciones anuales de enorme consideración y [...] llegan hasta a duplicar las ventas de un año para otro, como también sucede todo lo contrario» (2010:663).

La integración de Canarias junto al resto de España en la Comunidad Europea permitió que las islas mantuvieran su régimen especial: no entrarían en el territorio aduanero común, no participarían en la política comercial, pesquera ni agrícola común ni aplicarían el sistema de Impuesto sobre el Valor Añadido y se mantendrían los arbitrios insulares. Esta exención duró unos años, pues las islas comenzaron a tener que aplicar las políticas comunes europeas, pero se estableció el programa de acciones específicas para la lejanía e insularidad de Canarias (POSEICAN), que establecía una serie de medidas relacionadas con la actividad agrícola, pesquera y comercial y matizaba aspectos aduaneros y fiscales (Carnero Lorenzo, 2012).

Posteriormente, el REF sufrió varias modificaciones y se creó la Zona Especial de Canarias (ZEC), cuyo objetivo principal era diversificar la economía de las islas mediante

la captación de inversión extranjera. Esta inversión tendría un efecto en la hostelería, el comercio, la construcción y los servicios empresariales ya que la mayor ventaja que presenta dicha ZEC es que tiene un tipo impositivo de un 4% en el Impuesto de Sociedades, lo cual constituye un importante atractivo (Olivera Herrera, 2011). También se creó la Reserva para Inversiones de Canarias (RIC) y, en 1992, se puso en marcha el Régimen Específico de Abastecimiento (REA), que afectaba a los precios de los productos de alimentación importados en Canarias en su paso por la aduana para cubrir los gastos derivados del transporte hasta las islas (Carnero Lorenzo, 2012). Posteriormente, en el año 2000, se creó la PEXCAN (Plataforma de Exportaciones Canarias), lo que permitió que las relaciones comerciales con países africanos se intensificaran. No solo se mantuvo el contacto con los mercados con los que tradicionalmente ya mantenían, sino que a estos se les sumaron otros, como, por ejemplo, Guinea Bissau (Díaz Hernández y Ginés de la Nuez, 2013).

Por otra parte, la entrada en vigor del Tratado de Lisboa permitió consolidar estos asuntos, así como el reconocimiento de las Regiones Ultraperiféricas (RUP) y de su consiguiente apoyo en la Constitución Europea de 2004. Todos estos elementos se tradujeron en una etapa de crecimiento económico para el archipiélago, que se vio interrumpida en el año 2007 con la recesión económica (Carnero Lorenzo, 2012).

Gracias a la ubicación geoestratégica que tiene el archipiélago y a su pertenencia a la Unión Europea, que le permiten ser una plataforma tricontinental entre África, América y Europa, en 2011 el Estado y el Programa Mundial de Alimentos decidieron crear un centro en Las Palmas de Gran Canaria con el fin de mejorar la distribución de alimentos a los países que lo necesiten (Díaz Hernández y Ginés de la Nuez, 2013).

2.2. Concepto tradicional de «tricontinentalidad» del archipiélago

Canarias es una plataforma logística internacional que se ha beneficiado de su ubicación geográfica, en parte, gracias también a la corta distancia que hay entre el archipiélago y el continente africano. Históricamente, lo que destacaba de las islas Canarias para ser una plataforma logística de esta índole era su ubicación, su marco institucional, su oferta agroexportadora y sus infraestructuras (Carnero Lorenzo, 2011).

Durante los años cincuenta, tras la crisis ocasionada por la Segunda Guerra Mundial, hubo una etapa de recuperación económica, lo que fomentó también las relaciones del

archipiélago con el continente africano. El protagonismo de las islas en este continente vino marcado por el difícil acceso de Canarias al mercado europeo, por el aumento de relaciones comerciales con África, por el desarrollo de las industrias de conservas de pescado y por las exportaciones de derivados del petróleo, que partían fundamentalmente de Tenerife, al tener la refinería de CEPSA, y que, desde finales del siglo XIX, se convirtió en el producto más exportado desde Canarias hacia países africanos (Carnero Lorenzo, 2012).

2.2.1. Canarias en el entorno marítimo

En el siglo XIX, la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria rentabilizó su ubicación geoestratégica con la instalación de estaciones marítimas. Posteriormente, en el siglo XX, servía a buques que transitaban el Atlántico centro-oriental. La construcción del Puerto de la Luz pasó por diferentes etapas. En primer lugar, fue el Puerto de Refugio, que se construyó en 1883 y permaneció hasta los años 1930. A causa de la revolución industrial, la navegación a vapor fue protagonista y, gracias a las condiciones geográficas, al régimen de puertos francos y a las facilidades que se ofrecían a las compañías extranjeras, el puerto se convirtió en una estación carbonera muy competitiva. Posteriormente, nació el Muelle de la Coppa, que se renombró como Dique del Generalísimo y, luego, como Dique. Este muelle delimitaba el puerto de la ciudad hasta los años 1970. El cierre del canal de Suez obligaba a los buques a pasar cerca del archipiélago en su ruta, lo que benefició a las islas como estación gasolinera del Atlántico. Sin embargo, a partir de los años 1970, otros puertos ofrecían combustible a precios inferiores, los buques comenzaron a tener una mayor autonomía y cada vez necesitaban menos hacer escala. Además, los puertos de la costa africana comenzaron a modernizarse. Aunque todo ello hiciera que el Puerto de la Luz perdiera competitividad, este puerto se siguió ampliando con el Dique Reina Sofía. En el año 2007, debido al gran número de operaciones llevadas a cabo en él, se procedió a ampliar el dique-muelle vertical. Lo mismo ocurrió en 2018, con la segunda fase de dicho proyecto mediante un contradique de cierre en la zona sur (Autoridad Portuaria de Las Palmas, 2018).

El Puerto de la Luz siempre fue un puerto comercial, un puerto de pasaje, un puerto pesquero y un puerto militar; pero, sobre todo, fue un puerto de escala internacional gracias a su ubicación. Los buques podían beneficiarse de él como estación de repostaje, pero también como estación de repuesto (Quintana Navarro, 1996).

Si tomamos como ejemplo el caso del Golfo de Guinea, se puede observar que Canarias constituyó una plataforma para los servicios que se prestaban a dicho lugar. Ya en 1778 España había obtenido las islas de Fernando Póo y Annobón, que dieron nombre a la Estación Naval de Fernando Póo, creada en 1872 a causa de la gran cantidad de movimientos marítimos y comerciales entre dichos territorios. Las islas eran la plataforma intermediaria que exportaba los productos, medicamentos, etc. necesarios, pero que también funcionaba como sanatorio para los enfermos de las fiebres del Golfo de Guinea a través de la compañía de transporte *Compañía Transatlántica*. Debido al clima y a las características sanitarias de dicho territorio, constituían una colonia de explotación, pero no de poblamiento (Pereira Rodríguez, 1987).

En lo relacionado con la pesca, las características de las costas del continente africano hacían rentable el desplazamiento desde Canarias para obtener una mayor cantidad de peces. Se trata del banco sahariano, que cada vez aumentaba más su volumen. Para que el pescado se mantuviera en buen estado durante el regreso, se utilizaba la sal para conservarlos. Esta relación tan estrecha entre la sal y el pescado desencadenó la aparición de salinas en Canarias; sobre todo, en la isla de Gran Canaria (Santana Pérez, 2011).

Si tenemos en cuenta el tráfico marítimo en la provincia de Las Palmas, podemos ver que no ha cesado de aumentar entre 1917 y 2016.

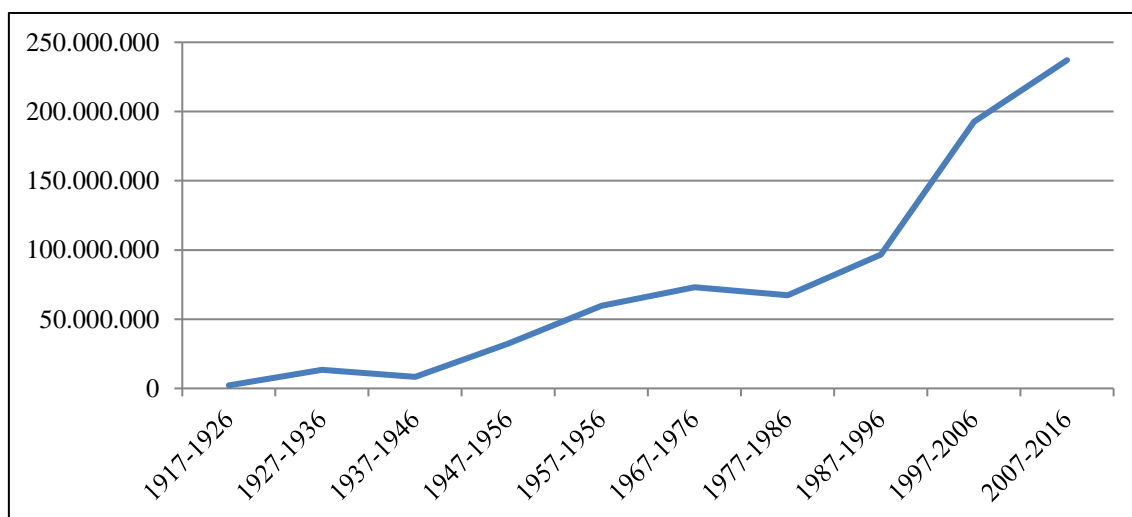


Gráfico 1. Tráfico marítimo total en toneladas en la provincia de Las Palmas entre 1917 y 2016 (Autoridad Portuaria de Las Palmas, s.f.)

Las causas que han contribuido a este crecimiento han sido, según Carnero Lorenzo (2011:40), «su capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos acaecidos en la navegación marítima, [...] la actividad pesquera, [...] y la containerización». Este último

factor, explica, se debe a la capacidad de adaptación que han tenido los puertos canarios, lo que ha provocado que las islas pasaran a ser un *hub* en el transporte de su entorno geográfico.

Hasta los años 70 podemos ver que el crecimiento ha sido constante. Esto es debido, según Carnero Lorenzo, a las posesiones que España tenía de colonias africanas y a que «más del 90 por 100 de los productos que procedían o se enviaban a esas colonias pasaban por el Archipiélago» (2011:42). Sin embargo, en los años 70, se pudo observar un descenso que se debió a la descolonización de Guinea Ecuatorial, a la retirada española del Sáhara y a la crisis económica que tuvo lugar en ese periodo de tiempo.

2.2.2. Canarias en el entorno aéreo

En estos casos estamos tratando el tráfico marítimo que ha tenido lugar en los puertos de la provincia de Las Palmas, pero también hay que decir, de acuerdo con Carnero Lorenzo (2011:42), que tras la instalación de los aeropuertos de Gran Canaria y de Tenerife en los años 30, la navegación aérea tampoco ha dejado de crecer, lo que ha convertido al archipiélago en un «importante nodo de las comunicaciones aéreas internacionales». Los factores que han contribuido a que así sea son

su posición geoestratégica, [...] su marco institucional específico, [...] la oferta agroexportadora y [...] las infraestructuras de transporte y telecomunicaciones necesarias para poder llevar a cabo esta función de plataforma para las relaciones económicas entre Europa, África y América (Carnero Lorenzo, 2012:69).

Por otra parte, el turismo se ha desarrollado en las islas gracias a las conexiones existentes, pero también por la cercanía del archipiélago con el continente africano. Los vuelos intercontinentales necesitaban hacer escala en Canarias hasta que tuvieron una autonomía suficiente. El crecimiento del sector servicios provocó un descenso en la actividad agroexportadora de Canarias, aunque, gracias a la ubicación de las islas, Canarias atrajo también la atención de inversores extranjeros, como son los británicos o alemanes, y la de inversores españoles. Se comenzaron a instalar consignatarias y destacaron también las empresas del sector de la pesca, así como los armadores (Carnero Lorenzo, 2011).

2.3. Concepto actual de «tricontinentalidad» del archipiélago

Como se ha podido observar en los apartados anteriores, Canarias ha pasado por diferentes fases en términos de plataforma tricontinental. En un principio, en el tráfico de esclavos y en lo relacionado con la pesca; posteriormente, al tener tan cerca el caladero canario-sahariano, las islas eran un punto de escala para los buques que venían de otros

lugares, y, a continuación, el archipiélago funcionaba como estación marítima, hasta que comenzó a servir a los buques que llegaban, tanto en la época de la navegación a vapor, con las estaciones carboneras, como en la navegación más modernizada que requería repostar en estaciones gasolineras. Este fue el caso de la instalación en Tenerife de la refinería de CEPSA.

Canarias fue una estación de paso en el ámbito marítimo, pero también en el ámbito aéreo. Hasta que los aviones no tuvieron una autonomía suficiente, necesitaban hacer escala en el archipiélago canario para repostar y continuar con sus rutas (Carnero Lorenzo, 2011). En el entorno marítimo, eran un punto de escala de los buques procedentes de la costa este de Sudáfrica hacia Europa y viceversa (Ballesteros Martín, 2013) y ocupaban «un lugar geográfico privilegiado situado frente a la fachada oeste de África [...] como plataforma de entrada y de salida para todo el tráfico marítimo con África occidental» (Ballesteros Martín, 2013:2).

En otros ámbitos existe una amplia variedad de iniciativas que permite enmarcar a Canarias en el foco de una plataforma tricontinental. Vamos a observar algunos ejemplos que lo demuestren.

2.3.1. El proyecto ALiX

El proyecto ALiX (Neutral Access Point of Western Africa and Canary Islands) lo lleva a cabo el Cabildo Insular de Tenerife. Surgió con el objetivo de «fomentar la competitividad de la isla de cara al mercado global de las TIC y eliminar las carencias estructurales del sector» (El Día, 2019). Este proyecto busca la transformación tecnológica en el archipiélago como punto neurálgico para las TIC y la conectividad intercontinental entre Europa, América y África en una etapa de socialización tecnológica donde se rompen las barreras geográficas mediante la instalación de la fibra óptica, con Tenerife como punto de partida del anillo insular de fibra. Como se puede leer en su web, uno de sus objetivos importantes es impulsar las economías emergentes de los países del África noroccidental, donde el archipiélago será su referencia tecnológica.

Según esta misma fuente, el proyecto lo lleva a cabo un consorcio de 18 operadores que unen sus esfuerzos para conectar las islas con el resto de los continentes. Las conexiones son tanto submarinas como terrestres y, en la práctica, hay tres empresas implicadas en su puesta en marcha. Cada una tiene su función: instalación, despliegue y gestión del

trazado del anillo de fibra óptica; construcción, equipamiento y mantenimiento del Data Center (su centro de procesamiento de datos), y trazado del tendido de fibra óptica. Se ha diseñado como un centro de acceso remoto desde cualquier parte del mundo, pero también como una herramienta de interconectividad entre empresas, lo que favorece las negociaciones entre ellas. Es un proyecto que apoyan instituciones como la Universidad de La Laguna o la Asociación Industrial de Canarias (ASINCA).

El sistema de cable Africa Coast to Europe (ACE), que pertenece al proyecto ALiX, es el encargado de conectar Europa con la costa oeste de África desde Francia hasta Sudáfrica mediante la instalación de un cable de 17.000 kilómetros que alcanza hasta 6.000 metros de profundidad. Este cable, elaborado con la última tecnología, es uno de los motores del desarrollo social y del crecimiento económico de África. En total conecta a 12 países de la costa de África Occidental y a otros dos países sin litoral (Mali y Níger).

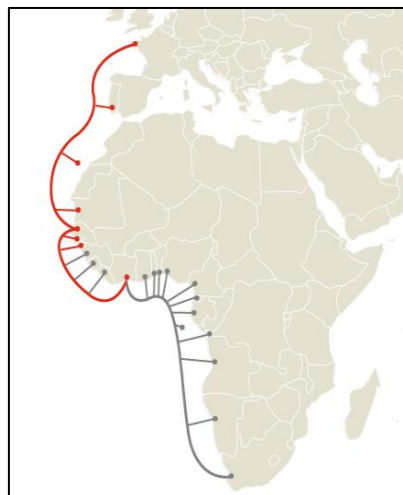


Figura 1. Recorrido del sistema de cable Africa Coast to Europe (ACE) del proyecto ALiX (ACE, s.f.).

Con proyectos como este vemos reflejado el concepto actual de territorio tricontinental de acuerdo con la evolución de la sociedad y con las necesidades diarias de los habitantes.

2.3.2. Astilleros Canarios, S.A. (ASTICAN)

Otro ejemplo que hace que Canarias constituya una plataforma tricontinental entre África, América y Europa es el de la empresa Astilleros Canarios, S.A. (ASTICAN). Esta empresa, como su nombre indica, es un astillero que se encuentra en Las Palmas de Gran Canaria y que ofrece los servicios que los propietarios de los buques o unidades *offshore* necesiten. En su página web se puede encontrar un apartado denominado *Reference List*,

que permite acceder al registro de los buques que han pasado por estos astilleros desde el año 2010. El registro se divide por tipo de buque que ha entrado en el astillero, lo que permite también acceder al nombre del barco, al de la empresa, al año en que pasó por el astillero y al país de origen.

Si tenemos en cuenta el tipo de buque, se puede observar que los más numerosos en estos astilleros son los barcos pesqueros (485 barcos entre 2010 y 2021), los cargueros (383 en dicho periodo), los barcos de suministro (247) y los petroleros (227). Por poner un ejemplo, se tomaron los barcos pesqueros, por ser los más numerosos, y sus diferentes países de procedencia, sin incluir los procedentes de España, que representan un 25%, por lo que se tomó el 75% restante como el total de los barcos procedentes del extranjero.

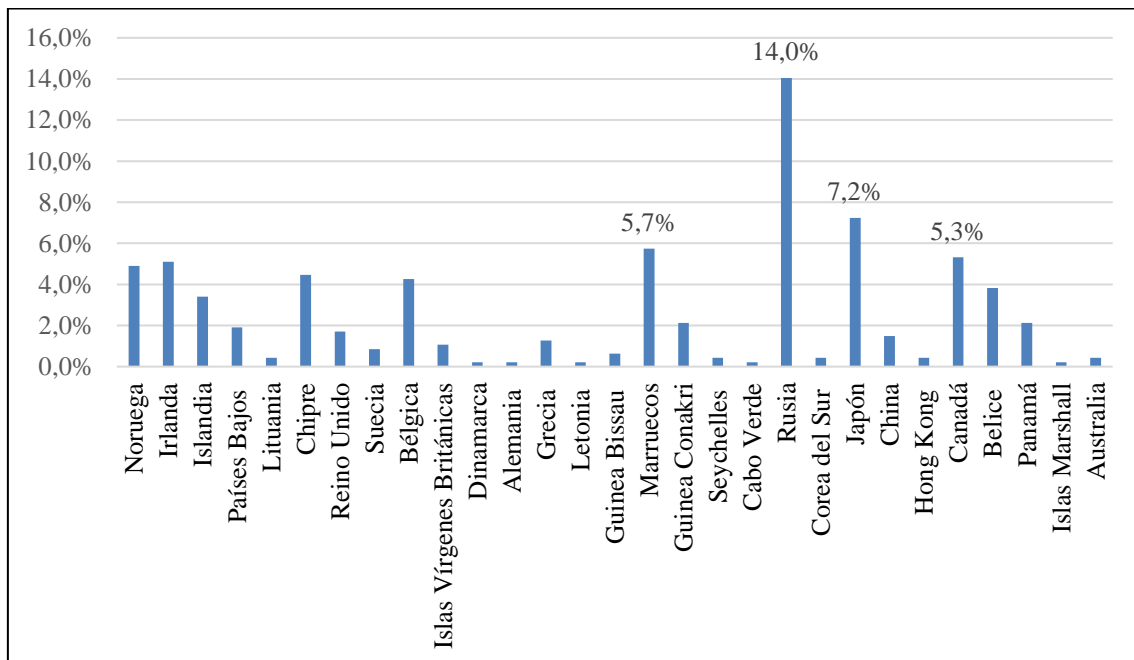


Gráfico 2. Número de barcos pesqueros procedentes del extranjero que han pasado por ASTICAN entre 2010 y 2021, por país de procedencia (Astilleros Canarios, S.A. [ASTICAN], s.f.)

En este gráfico podemos apreciar que la mayoría de los barcos pesqueros que han pasado por ASTICAN entre el año 2010 y septiembre de 2021, exceptuando aquellos originarios del resto de España, proceden principalmente de Rusia, Japón, Marruecos y Canadá, es decir, de distintos continentes, un hecho que contribuye a justificar el papel de Canarias como plataforma entre continentes.

Si, en lugar de analizar el origen de los barcos pesqueros, tenemos en cuenta el total de todos los tipos de buque que entran en los astilleros, podemos ver todos los países de origen de dichos buques. Para ello, hemos anotado los países de los que procedían estos buques y los hemos señalado con un punto rojo en el mapa que presentamos a continuación.

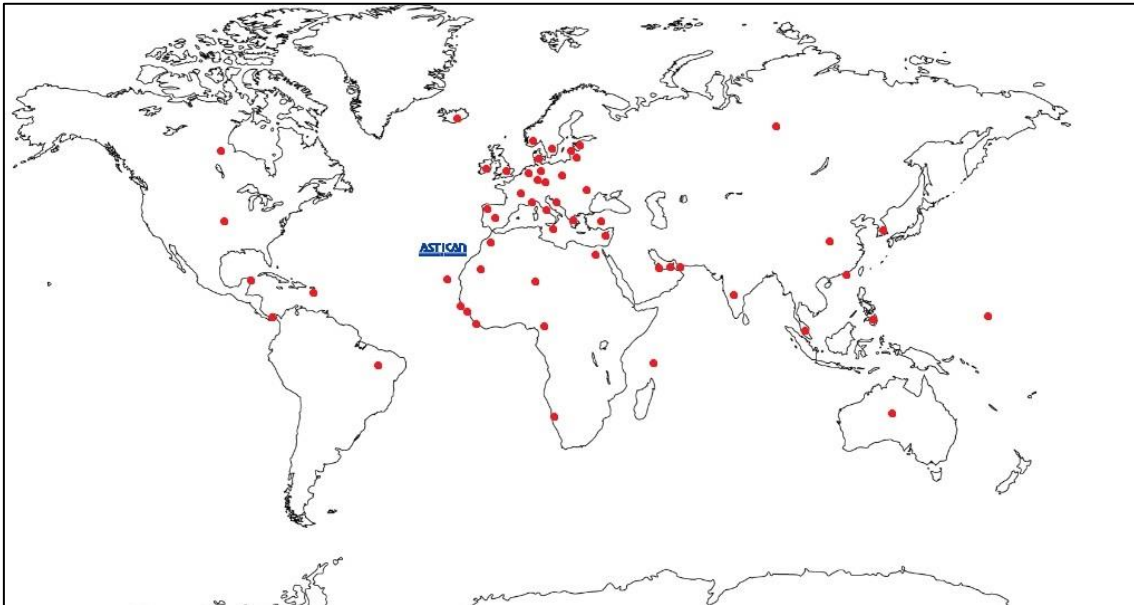


Figura 2. Lugar de procedencia de los buques que han pasado por ASTICAN entre 2010 y septiembre de 2021 (ASTICAN, s.f.)

Aunque en este estudio nos centremos en Canarias como plataforma tricontinental con respecto a África, América y Europa, podemos observar que a ASTICAN llegan buques de todos los continentes. Aun así, se aprecia que la mayor parte procede de países europeos, pero destaca la variedad de lugares de los que procede, desde las islas Marshall hasta Canadá.

Para poder representar en un único gráfico los continentes desde los que llegan dichos buques a estos astilleros, hemos sumado el número de buques a lo largo de todos estos años y hemos, al mismo tiempo, agrupado los buques en función del continente al que pertenecen. De esta manera, por ejemplo, hemos visto que a lo largo de todos estos años han llegado tres buques de Australia y dos de las islas Marshall. Esto hace un total de cinco buques procedentes de Oceanía. De esta manera, hemos obtenido el siguiente gráfico.

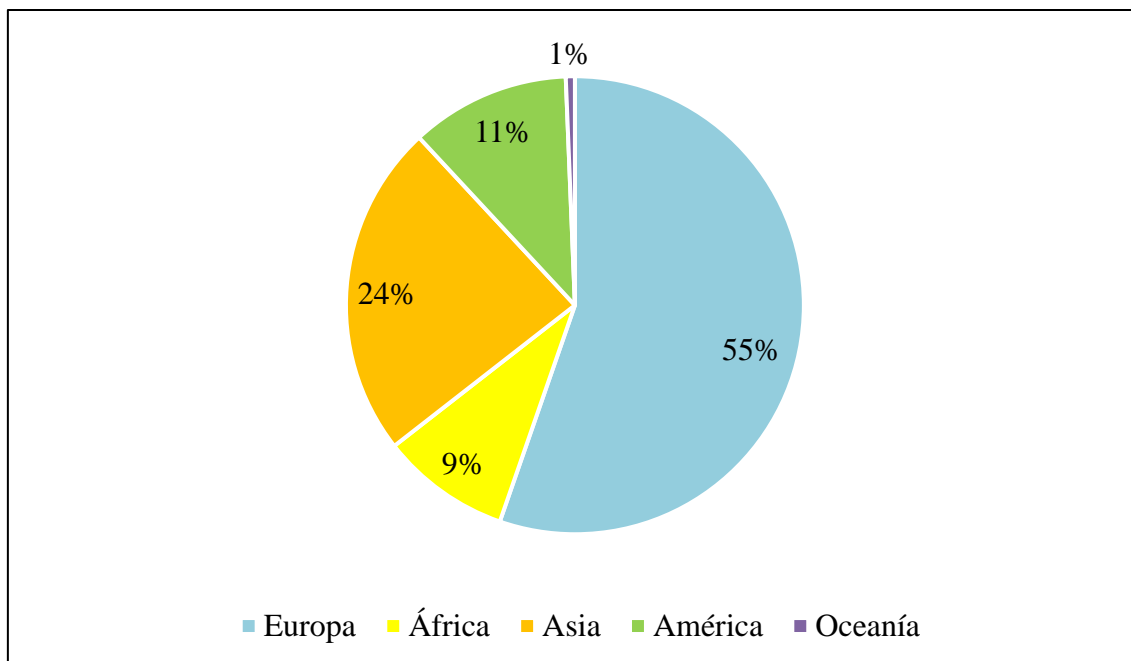


Gráfico 3. Continentes de procedencia de los buques que han llegado a ASTICAN entre 2010 y septiembre de 2021 (ASTICAN, s.f.)

Como comentábamos anteriormente, la mayor parte de los buques que llegan a Astilleros Canarios, S.A. lo hacen desde países del continente europeo. Esto podría ocurrir no solo porque Canarias pertenezca a un país de este continente sino también por su ubicación geoestratégica, que permite que los buques que lleven a cabo rutas entre África y América puedan beneficiarse de sus servicios. Por otra parte, un 45% de los buques que llegan a estos astilleros proceden de los otros cuatro continentes. La mayor presencia de este 45% la tiene América ya que un gran número de buques procede de Panamá.

2.3.3. Ayuda humanitaria

Otro tipo de actividad que refleja que el archipiélago es una plataforma tricontinental es el emplazamiento de una de las bases logísticas del Programa Mundial de Alimentos, instalada en Las Palmas de Gran Canaria, que pertenece a Naciones Unidas (Cabildo de Gran Canaria, 2018), así como la presencia de uno de los Centros de Coordinación de Cruz Roja Española, tal y como figura en su página web.

En lo que al Programa Mundial de Alimentos respecta, el Cabildo de Gran Canaria (2018) explica en la sección de su web denominada Sala de Prensa que «el centro situado en Gran Canaria es un activo inestimable para la lucha contra el hambre en todo el mundo y especialmente en África del Oeste y América Latina, dos áreas cercanas geográficamente, pero también sentimentalmente». También afirma que el hecho de que este programa esté

en el Puerto de las Palmas, «consolida al Puerto de Las Palmas como puerto y ciudad solidaria, además de evidenciar la excelente posición geográfica de las islas en el ámbito logístico como plataforma tricontinental».

Por otra parte, como se lee en la página web de la Cruz Roja Española, uno de sus centros de coordinación se encuentra en Canarias. Se trata de centros que funcionan como puntos de comunicación en torno a situaciones de emergencia, lo que permite dar una respuesta apropiada gracias a la coordinación entre los distintos departamentos afectados. Además, funcionan como soporte ante los programas de atención social a personas vulnerables y, gracias a la plataforma del centro de contacto, permiten que cualquiera pueda contactar con la Cruz Roja y recibir información sobre los programas de ayuda, iniciativas y actividades prestadas por ellos. Dichos centros de operaciones incluyen una red de salas, que pueden ser tanto fijas como móviles, que dan soporte ininterrumpido en el marco de las actividades y los servicios que presta Cruz Roja. Se trata, además, de un organismo que tiene una amplia actividad internacional, en vías de alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible, mediante el apoyo a personas afectadas por emergencias, conflictos, por el cambio climático y la pobreza en otros países. Entre sus prioridades se encuentran reducir las consecuencias acaecidas de desastres naturales, el saneamiento de aguas para contribuir a mejorar la salud de las personas, la reducción de riesgos ante desastres y el fomento de la seguridad alimentaria y de los medios de vida.

2.3.4. El aeropuerto de Gran Canaria

Para conocer la información estadística sobre la evolución del tráfico aéreo internacional de las islas Canarias se ha acudido al Instituto Canario de Estadística (ISTAC), que permite obtener los datos relativos al tráfico aéreo internacional total de los pasajeros que llegan a Canarias. Se han tomado los últimos datos disponibles en abril de 2023. En lo que respecta al tráfico aéreo de pasajeros que entran en Canarias procedentes del extranjero, los datos disponibles se corresponden con los de 2004 hasta 2022. En el gráfico 4 se pueden observar representados.

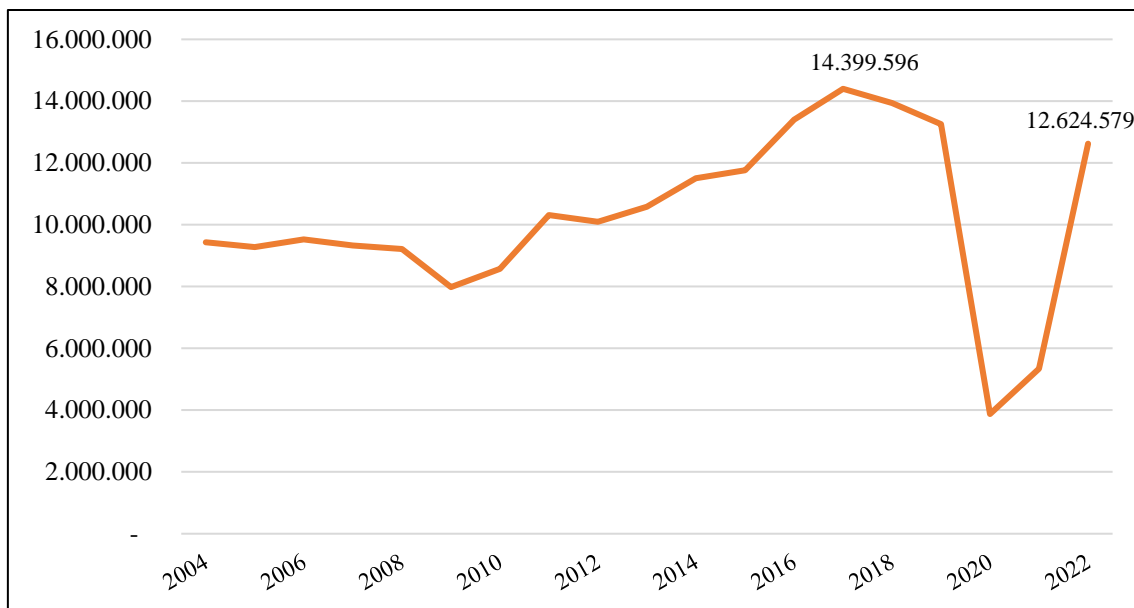


Gráfico 4. Entrada anual de pasajeros extranjeros en las islas Canarias por vía aérea entre 2004 y 2022 (en número de personas) (ISTAC, 2023)

A pesar de que en los años 2004 y 2009 las cifras del tráfico aéreo internacional disminuyeran, podemos ver que entre 2009 y 2017 estas aumentaron considerablemente hasta alcanzar su valor más elevado en el marco temporal analizado. Se puede observar también que entre 2017 y 2020, las cifras disminuyeron bastante, sobre todo en el año 2020. La causa que se puede atribuir es la pandemia por COVID-19, que impidió el desplazamiento de las personas durante un periodo considerable. Sin embargo, se puede ver que en el año 2022 la entrada de pasajeros aumentó hasta alcanzar valores similares a los del año 2019, previo a la pandemia. Además de esta información, el ISTAC nos permite conocer de qué países o continentes proceden los pasajeros que llegan al archipiélago. De forma general, los pasajeros extranjeros proceden fundamentalmente de Europa, seguido por África y, por último, de América (ISTAC, 2023).

Si tomamos los datos de los pasajeros que entran a Canarias desde distintos continentes, los últimos datos disponibles son los del año 2019, por lo que no se corresponden con el periodo estudiado en el caso anterior. A continuación, podemos ver la evolución de la entrada de pasajeros procedentes de América, África y Europa entre 2000 y 2019 en los gráficos 5, 6 y 7, respectivamente.

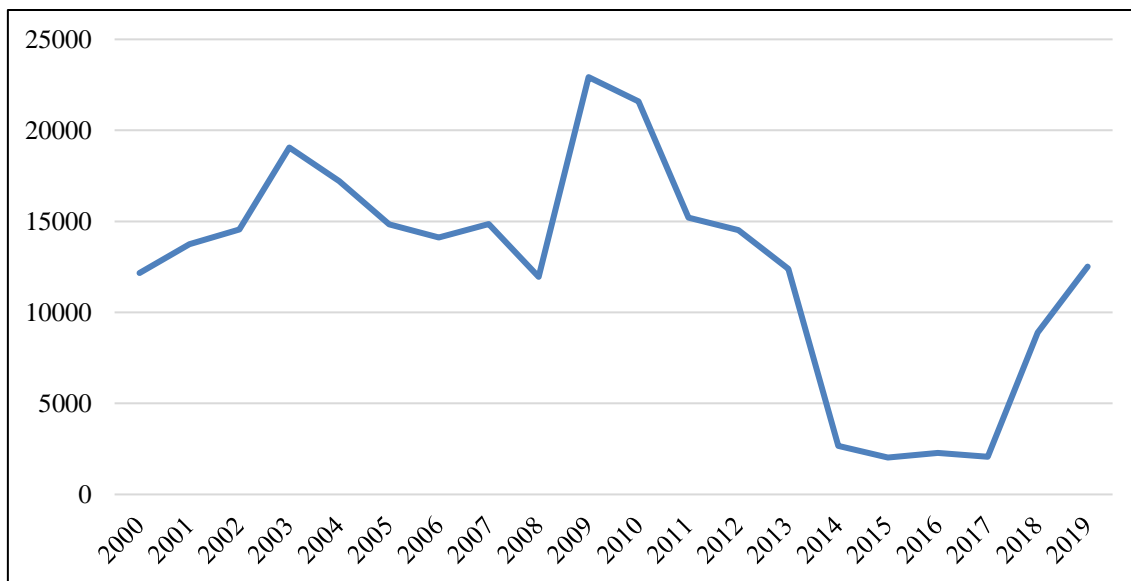


Gráfico 5. Entrada anual de pasajeros procedentes de América en las islas Canarias por vía aérea entre 2010 y 2019 (en número de personas) (ISTAC, 2021)

Se puede observar que la entrada de pasajeros por vía aérea a Canarias procedente de América representa una discreta proporción de la entrada total de pasajeros a Canarias y que, además, ha sufrido numerosas oscilaciones a lo largo de los años comprendidos entre 2000 y 2019, aunque la cifra de estos dos puntos (2000 y 2019) es muy similar.

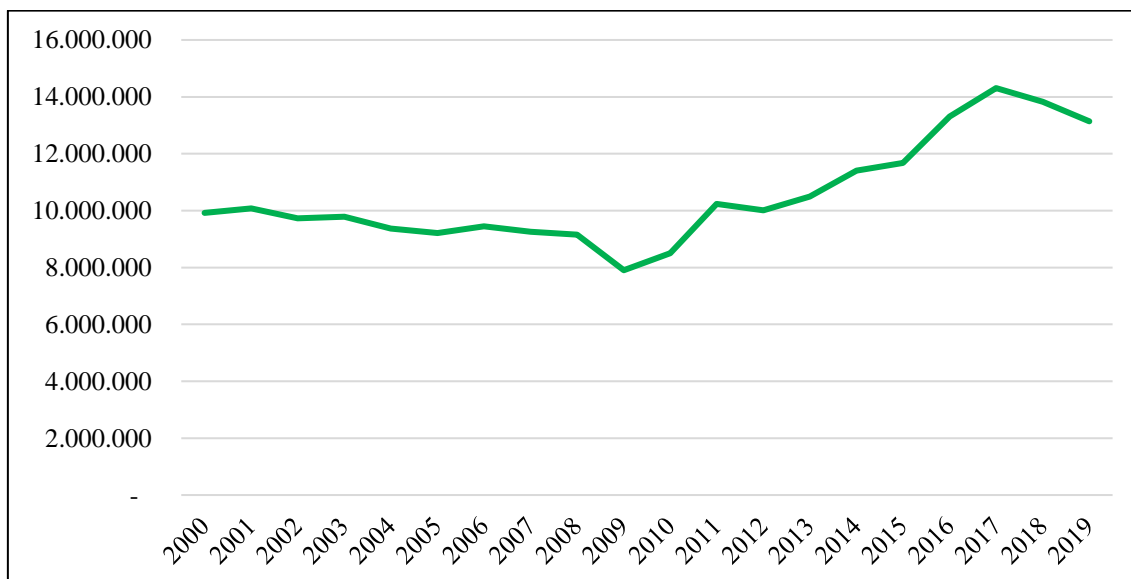


Gráfico 6. Entrada anual de pasajeros procedentes de países europeos distintos de España a las islas Canarias por vía aérea entre 2010 y 2019 (en número de personas) (ISTAC, 2021)

Queda patente que en el periodo común entre los gráficos 4 y 6 (2004 a 2019), la gráfica es sumamente similar puesto que la mayor cantidad de pasajeros que entra a las islas Canarias procede de países europeos. Se puede ver que en el año 2017 se alcanzó el dato más elevado, que aumentó considerablemente desde el año 2009.

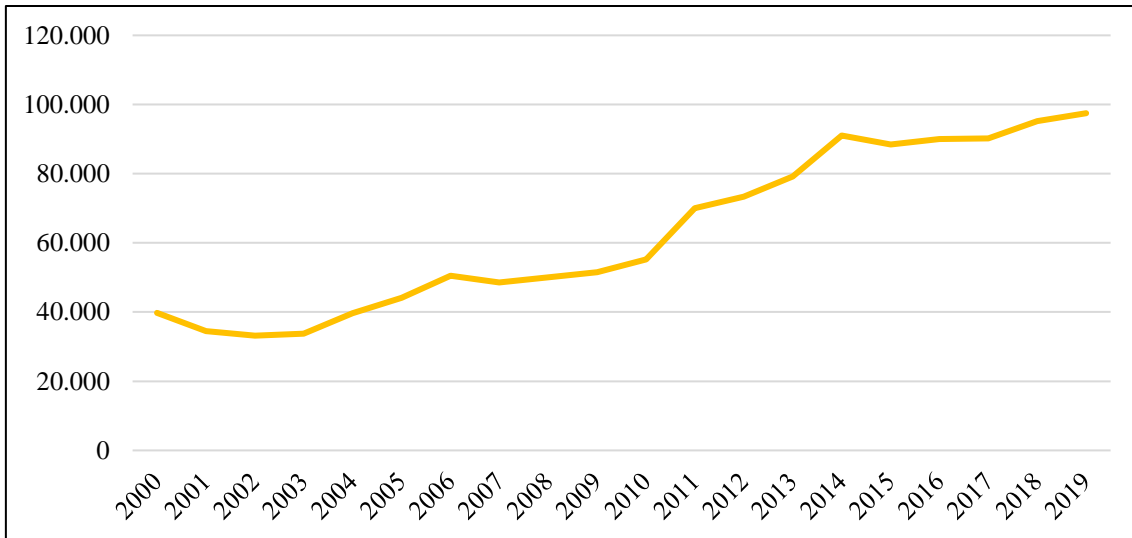


Gráfico 7. Entrada anual de pasajeros procedentes de África en las islas Canarias por vía aérea entre 2010 y 2019 (en número de personas) (ISTAC, 2021)

La entrada de pasajeros procedentes de África también ha aumentado a lo largo de estos años, a pesar de haber sido más numerosos en 2014. Se aprecia una diferencia considerable entre los 33.731 que llegaron a Canarias en el año 2003 y los 97.490 del año 2019. Los datos disponibles son los que corresponden a los pasajeros procedentes de Gambia, Marruecos, Mauritania, Senegal y Cabo Verde, cuyo recorrido podemos observar por separado a continuación por ser el ámbito geográfico del presente estudio.

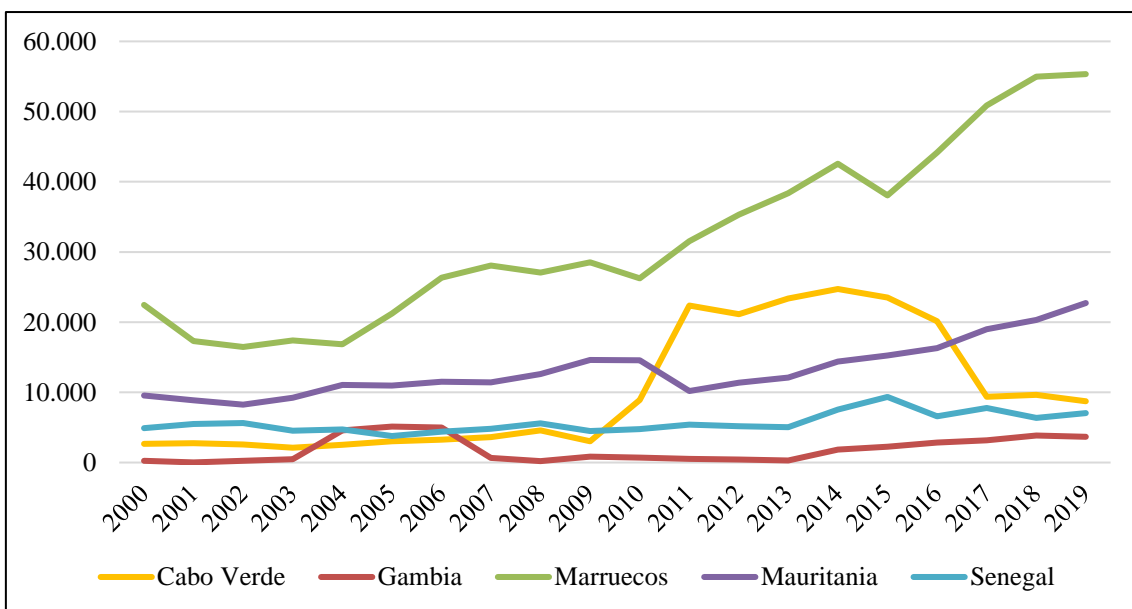


Gráfico 8. Entrada anual de pasajeros procedentes de África en las islas Canarias por vía aérea entre 2010 y 2019 por país (en número de personas) (ISTAC, 2021)

Entre el año 2000 y el año 2019 la entrada de pasajeros de países africanos a las islas Canarias aumentó considerablemente y, como se puede observar, se trata

fundamentalmente de pasajeros procedentes de Marruecos, de Mauritania y de Senegal. El total de pasajeros procedentes de Cabo Verde sufrió fluctuaciones entre 2009 y 2019, aunque entre el año 2000 (2.751 pasajeros) y el año 2019 (8.720 pasajeros) la cantidad de pasajeros se triplicó. Lo mismo ha ocurrido con los pasajeros procedentes de Gambia, cuya evolución viene marcada por un total de 20 pasajeros en el año 2000 y de 3.646 pasajeros en el año 2019.

En resumen, se puede observar que el tráfico aéreo de pasajeros procedentes de otros países en Canarias se corresponde principalmente con la llegada de pasajeros de Europa, que suponen más de un 99%, y que los pasajeros procedentes de América son poco significativos, al igual que ocurre con los que proceden de África, aunque se puede observar una evolución considerable con respecto a las cifras del año 2000. Al separar los valores por país, se ha observado que la mayoría proviene de Marruecos, Mauritania y Senegal.

2.4. Actualidad del comercio exterior entre Canarias y África

Con todo lo expuesto en los apartados anteriores relacionados con la historia del comercio exterior entre Canarias y África y teniendo en cuenta la función del archipiélago como plataforma tricontinental en el pasado y en el presente, podemos constatar que las relaciones entre Canarias y África son cada vez más estrechas. Las iniciativas descritas (el Proyecto ALiX, el de Astilleros Canarias, S.A., el del Programa Mundial de Alimentos y de la Cruz Roja Española y del Aeropuerto de Gran Canaria) nos ubican en un marco en el que el archipiélago y el continente vecino están cada vez más conectados.

Existen portales que presentan información sobre las empresas canarias que operan en países africanos. Es el caso, por ejemplo, de AFRICAinfomarket, constituido por entidades públicas de las islas Canarias, o del directorio de empresas canarias internacionales que tiene publicada la Sociedad Canaria de Fomento Económico (PROEXCA) en su página web. En dichos portales podremos observar un gran número de empresas canarias que tienen actividad en países africanos, es decir, que exportan productos o prestan servicios a países del continente vecino. Según Díaz Hernández y Ginés de la Nuez (2010:663), «en 1998 solo había 4».

A continuación, se hará un breve repaso de la actualidad del comercio exterior entre Canarias y África, teniendo en cuenta las exportaciones y las importaciones.

La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España ofrece un banco de datos estadístico en el que se pueden consultar las importaciones y exportaciones del territorio nacional a diversos destinos. Entre ellos, se pueden consultar aquellas operaciones que hace Canarias, como comunidad autónoma, a África en su conjunto. Para poder comparar las cifras de exportación y de importación de Canarias con África, se representarán de forma unificada en el siguiente gráfico.

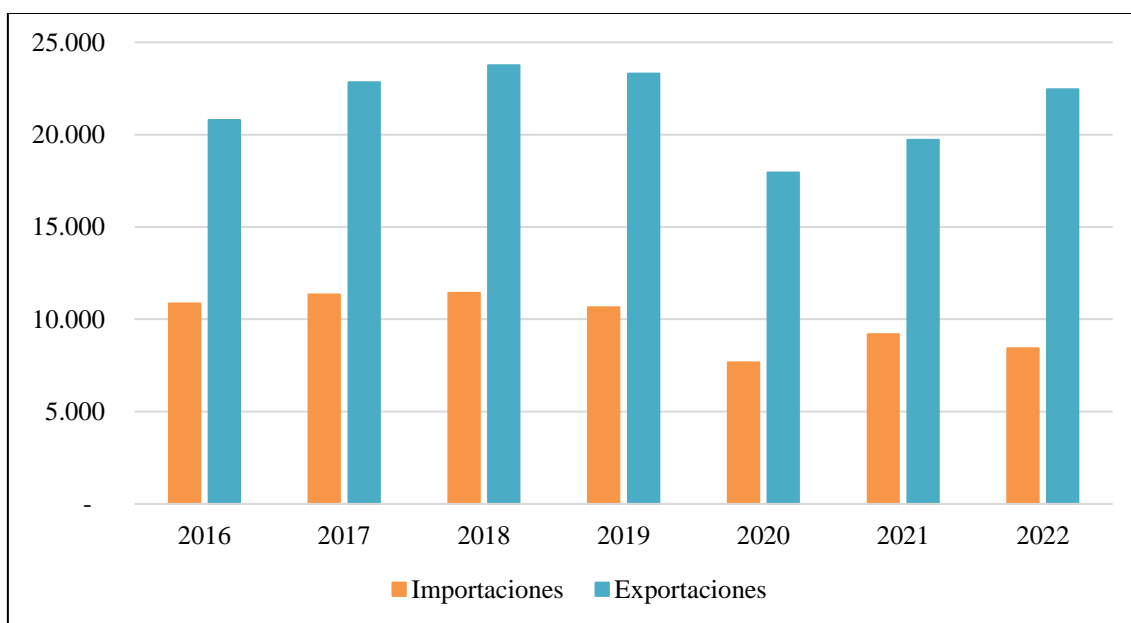


Gráfico 9. Evolución de las exportaciones e importaciones de Canarias hacia y desde África entre 2016 y 2022 (en número de operaciones) (Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, 2023)

Se han tomado los datos de 2016 a 2022, por ser los últimos datos disponibles en dicha fuente. Como se puede observar, en todos los casos, el número de exportaciones que hace Canarias a África supone más del doble que el de las importaciones que hace de países africanos. En el año 2020, como era previsible, el número de operaciones tanto de exportaciones como de importaciones disminuyó considerablemente a causa, hipotéticamente, de la emergencia sanitaria causada por la pandemia por COVID-19. Sin embargo, las cifras comenzaron a aumentar a partir de 2021 y, se puede ver que en 2022 se alcanzó una cantidad de exportaciones que roza la del año 2017.

En la presente investigación se tratará la estadística de las exportaciones como referencia por ser más relevantes y por el acceso a las bases de datos nombradas anteriormente en las que figuran decenas de empresas canarias que exportan productos o prestan servicios a países africanos. Hay que añadir que no existe una estadística en las fuentes consultadas que refleje la evolución del valor de los servicios que las empresas canarias prestan a

países africanos, algo sobre lo que se indagará en la parte empírica del estudio, por lo que estos datos estadísticos solo se corresponden con las empresas que exportan productos desde las islas hacia África.

Tomando como referencia el valor total de las exportaciones, se puede observar, de acuerdo con la misma fuente y para el mismo periodo de tiempo, las exportaciones por país africano; es decir, aquellas exportaciones que se hacen desde Canarias a Marruecos, Mauritania, Senegal, Cabo Verde y Guinea Ecuatorial.

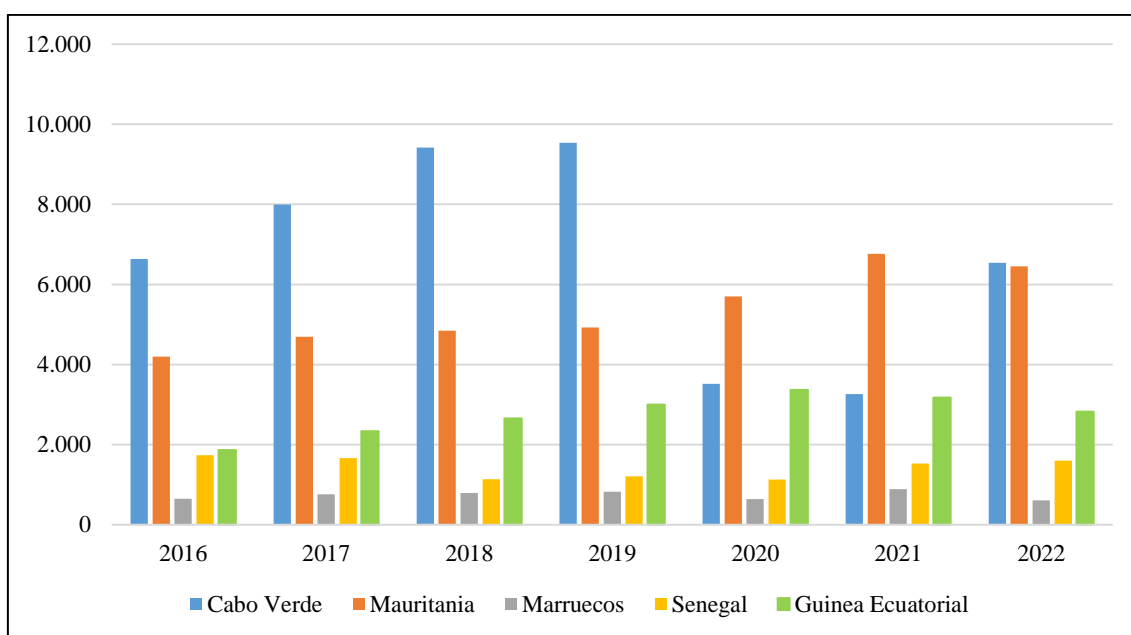


Gráfico 10. Evolución de las exportaciones de Canarias a los principales destinos africanos entre 2016 y 2022 (en número de operaciones) (Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, 2023)

El número de envíos que se hacen desde las islas Canarias hacia países africanos, en este caso, hacia Cabo Verde, Mauritania, Marruecos, Senegal y Guinea Ecuatorial, que reciben más del 70% de las exportaciones que hace el archipiélago al continente africano, aumentó considerablemente entre 2016 y 2019. Hipotéticamente, a causa de la crisis ocasionada por la emergencia sanitaria por COVID-19, en 2020 el número de exportaciones disminuyó en aquellos casos cuyos destinos eran Cabo Verde, Marruecos y Senegal. Sin embargo, a pesar de la crisis, el número de envíos que se hizo desde Canarias hacia Guinea Ecuatorial y Mauritania continuó aumentando en 2020. Se puede observar que en 2020 y 2021, el país receptor de las exportaciones que destaca es Mauritania y que, en 2022, Cabo Verde recupera este protagonismo. Además, las exportaciones a Senegal van en aumento entre 2020 y 2022 y las de Guinea Ecuatorial y Marruecos, sufren cierto descenso.

2.5. Canarias European Business Hub for Africa

Las islas Canarias, por su ubicación geográfica como centro de negocios del Atlántico, constituyen un enclave atractivo para instalarse en ellas y operar en países africanos. *Canarias European Business Hub for Africa* es una iniciativa del Gobierno de Canarias, apoyada por entidades privadas y públicas como, por ejemplo, las universidades, las Cámaras de Comercio, el ICEX o los Cabildos de las islas. En su página web presenta las ventajas competitivas y las oportunidades que ofrece el archipiélago, entre otros aspectos. De esta manera, obtenemos datos tales como que el archipiélago se encuentra a 90 kilómetros de distancia de África, que goza del mejor clima del mundo y que tiene los niveles más elevados en servicios sanitarios y en calidad de vida de Europa. Además, el archipiélago cuenta con 46 vuelos semanales a diferentes países africanos y tiene conexión marítima con todos los puertos africanos.

En esta línea, de los ocho aeropuertos que hay en Canarias, seis son internacionales y tienen más de 590 vuelos directos semanales al Reino Unido y más de 400 a Alemania, como ejemplo. De los 46 vuelos directos semanales que se realizan a África, más de la mitad tiene una duración inferior a dos horas, lo que indica la proximidad de estos dos territorios.

Por otra parte, se cuenta con el apoyo de la Unión Europea para crear un área de desarrollo económico con los países africanos más cercanos y, como comentábamos anteriormente, el proyecto D-ALiX, en el marco de las telecomunicaciones, conecta África con Europa y América a través de Canarias. Esto supone la puesta en marcha de la última red de telecomunicaciones, sumada a los 50 satélites que permiten la comunicación en el archipiélago.

En el siguiente gráfico podemos ver representadas las conexiones aéreas, marítimas y por cable submarino que tiene el archipiélago canario con los países africanos más cercanos.



Figura 3. Conexiones aéreas, marítimas y por cable submarino de las islas Canarias con África (Canary Islands Hub, s.f.)

Por otra parte, el hecho de que Canarias tenga un marco legal diferente ofrece ventajas a la hora de llevar a cabo la actividad en las islas. Gracias al REF, las empresas tienen beneficios en varios aspectos. Se considera que Canarias tiene el mejor sistema de impuestos de Europa, lo que supone un incentivo a aquellas empresas que quieran instalarse en las islas. Esto se puede ver en el siguiente gráfico. Se trata del Impuesto sobre Sociedades, como ejemplo, que en Canarias es de tan solo 4%.

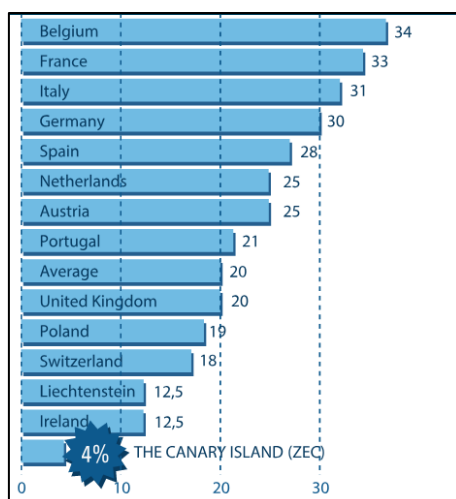


Figura 4. Impuesto sobre Sociedades de varios países europeos y de Canarias (Canary Islands Hub, s.f.)

Por último, en su web se destaca otra ventaja de las islas: constituyen un territorio que ofrece la posibilidad de realizar una amplia variedad de actividades deportivas y culturales, en parte, gracias al clima del archipiélago. En lo relacionado con la cultura, Saavedra Robaina (2000:3134), explica que el Festival de Ópera de Las Palmas de Gran Canaria llegó a las islas gracias a que los buques que trasladaban a las compañías de ópera en sus giras mundiales tenían que hacer escala en sus viajes entre Europa y América, lo que integró a la ciudad «en los círculos operísticos mundiales».

2.6. Características de las empresas canarias con actividad en África

Para finalizar el presente apartado, resulta oportuno mencionar cuáles son las características de las empresas canarias que tienen actividad en países africanos. Para ello, se ha acudido a dos fuentes de información concretas: al portal de empresas de AFRICAinfomarket y al directorio que presenta PROEXCA en sus respectivas páginas web. Es relevante especificar que aquellas empresas que figuraban en ambas bases de datos mencionadas solo se han tenido en cuenta una vez.

2.6.1. Directorio de empresas del portal AFRICAinfomarket

En primer lugar, se presentará la información que figura en el directorio de empresas del portal AFRICAinfomarket, constituido en el año 2002 por instituciones públicas como el Gobierno de Canarias o las Cámaras de Comercio las islas. Dicho directorio presenta un listado de empresas canarias que tienen actividad en África, con las cuales, para los propósitos de esta investigación, se ha contactado telefónicamente para que confirmaran si efectivamente tienen actividad con países de dicho continente en la actualidad. Al

concluir la etapa de llamadas, se ha podido corroborar que 21 de las 178 empresas que figuran en dicho portal operan en mercados africanos en la actualidad.

En dicha fuente se pueden encontrar distintos datos de las empresas que la componen. Para elaborar la presente investigación, se han tomado los datos sobre los países en los que operan dichas empresas canarias y los sectores en los que se enmarcan las actividades de las empresas que exportan productos o prestan servicios a países africanos.

El siguiente gráfico, elaborado a partir de los datos disponibles en el directorio de empresas canarias en África del portal AFRICAinfomarket, presenta los países africanos en los que operan dichas empresas canarias con actividad en África.

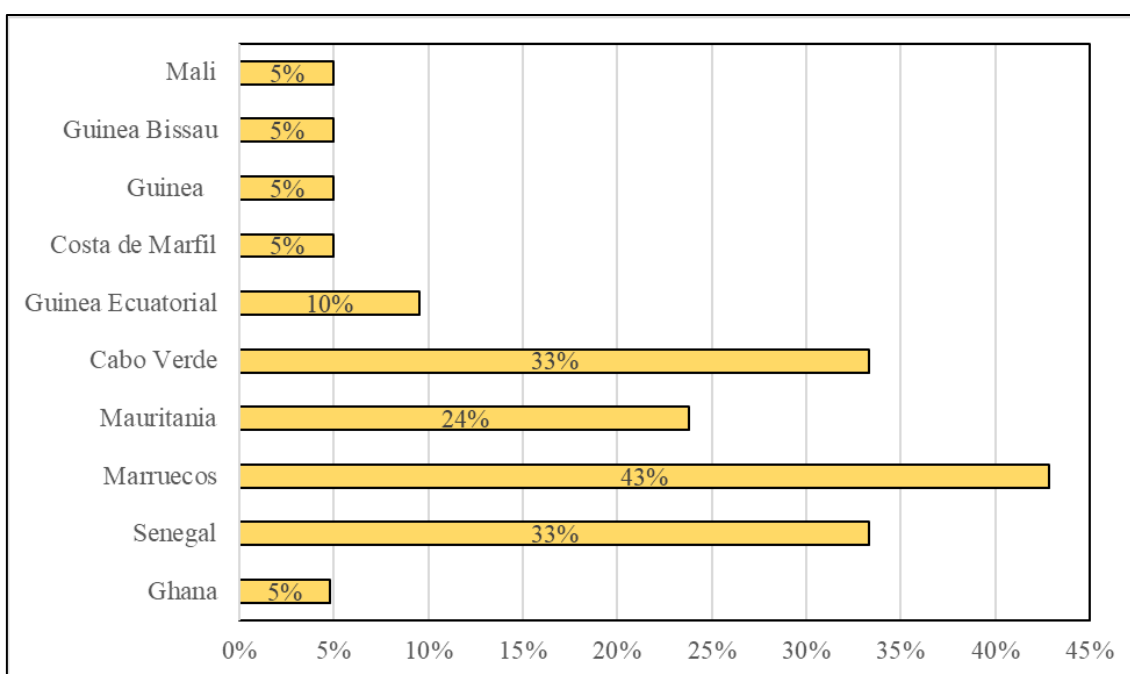


Gráfico 11. Países africanos en los que operan las empresas canarias

Como se puede observar en el gráfico, la mayor proporción de empresas canarias que operan en países africanos lo hacen, por orden, en Marruecos, Senegal, Cabo Verde y Mauritania.

En segundo lugar, en el gráfico 12, que se basa en los datos disponibles en el directorio de empresas canarias en África del portal AFRICAinfomarket, se mostrarán los sectores a los que pertenecen dichas empresas con actividad en África.

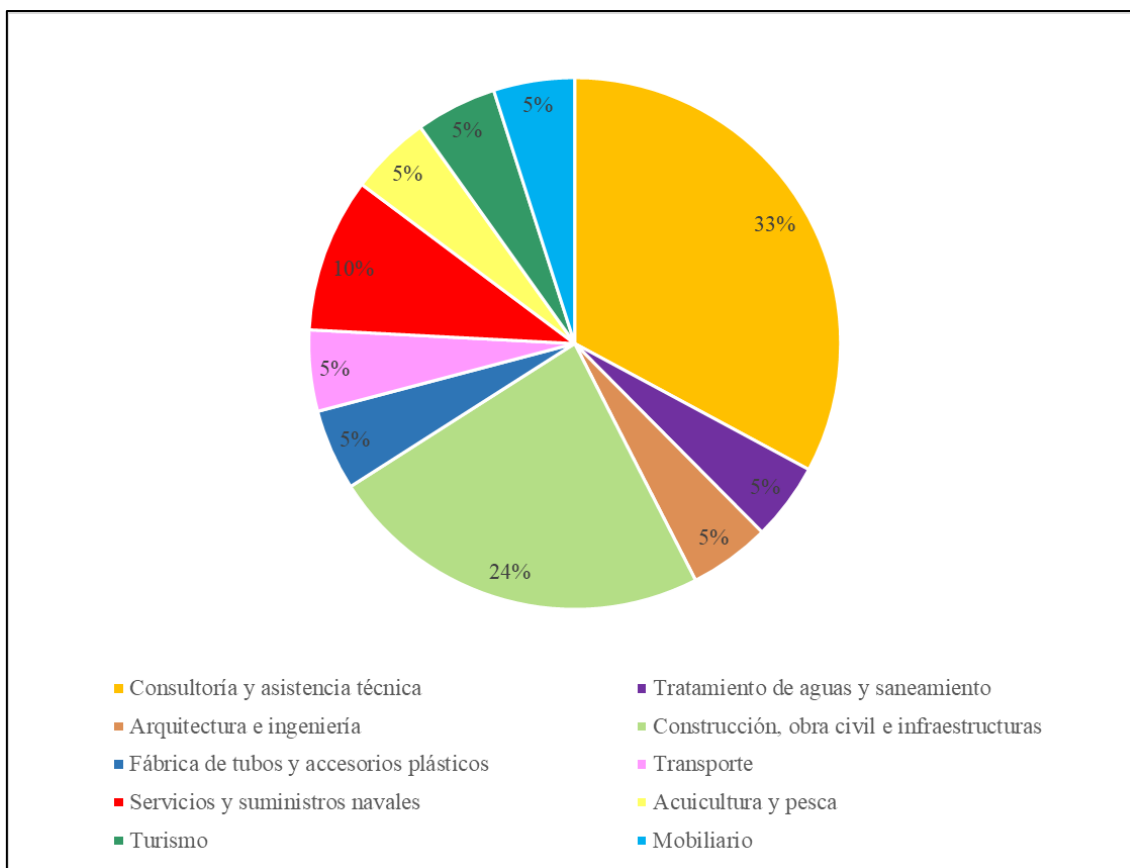


Gráfico 12. Sectores en los que se enmarcan las actividades de las empresas canarias con actividad en África, según ÁFRICAinfomarket

Se puede observar que el 33% de las empresas se dedican a la consultoría y asistencia técnica, seguido de un 24% que se dedica a la construcción, obra civil e infraestructuras y de un 10% que se ocupa de los servicios y suministros navales. En resumen, se puede afirmar que más del 60% de las empresas que figuran en esta base de datos y que efectivamente operan en países africanos prestan servicios y que aquellas que hacen exportaciones equivalen a menos de un 40%.

2.6.2. Directorio de empresas de la Sociedad Canaria de Fomento Económico (PROEXCA)

En segundo lugar, se ha acudido al registro de empresas que ofrece PROEXCA. Como se puede ver en su página web, se trata de una empresa pública adscrita a la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento del Gobierno de Canarias que se creó en el año 1980. Sus objetivos principales son mejorar la competitividad de la empresa canaria mediante el apoyo a su internacionalización y la atracción a las islas de inversiones estratégicas.

Tras consultar telefónicamente que, efectivamente, las empresas registradas operaban en mercados africanos, se pudo constatar que suman un total de 51 empresas. Los datos que se han tomado para el presente estudio son los sectores en los que se enmarcan las actividades de las empresas canarias que exportan productos o prestan servicios a países africanos y el número de empleados de las empresas canarias con presencia en África.

A partir de los datos disponibles en el directorio de empresas canarias en África de PROEXCA, en el gráfico 13, a continuación, se presentará en primer lugar el sector de las empresas canarias con actividad en África.

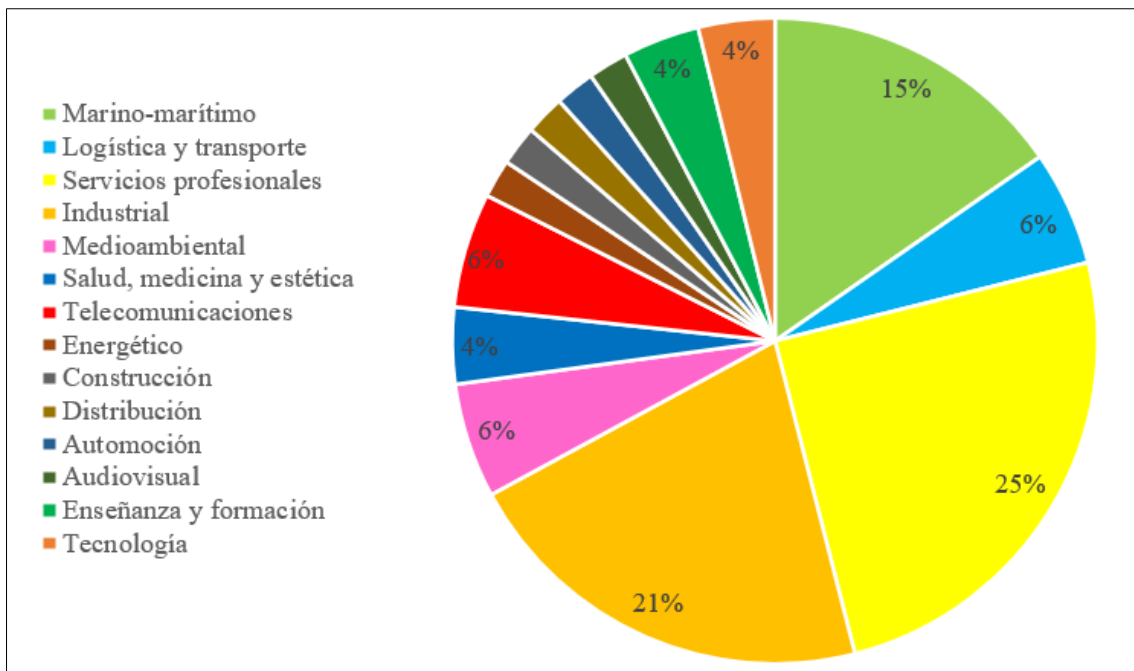


Gráfico 13. Sectores en los que se enmarcan las actividades de las empresas canarias con actividad en África, según PROEXCA

Como se puede observar, la mayoría de las empresas canarias con actividad en África que figuran en este directorio prestan servicios. Al sumar los porcentajes de todos los sectores que corresponden a empresas de servicios, se ha podido constatar que un 78% de las empresas prestan servicios y un 22% exportan productos.

Partiendo de la misma fuente, en segundo lugar, se ha podido conocer la media de empleados que tienen dichas empresas.

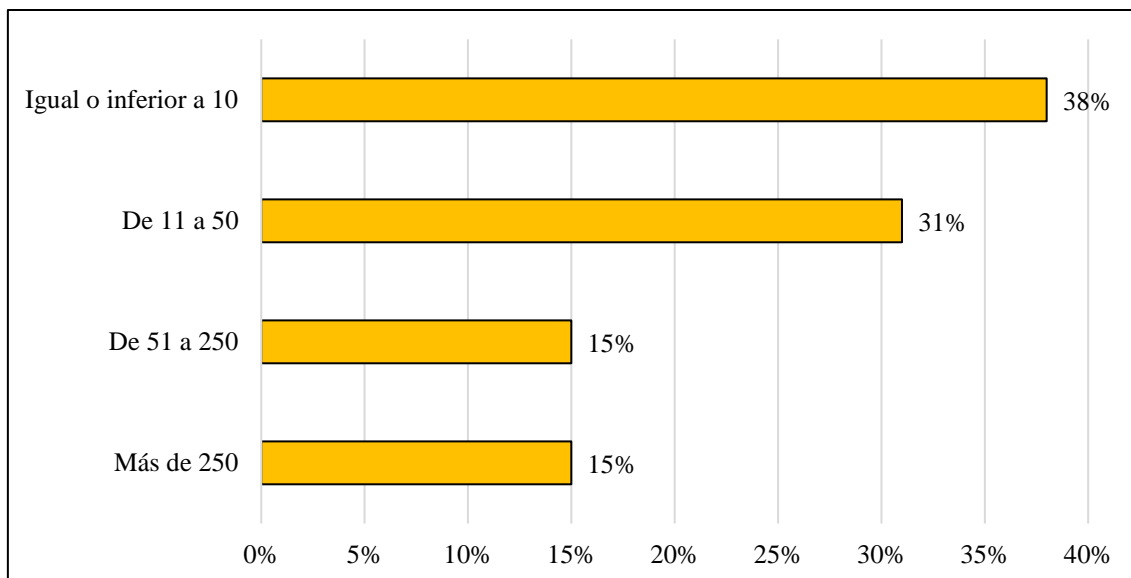


Gráfico 14. Número de empleados que tienen las empresas canarias con presencia en África

Como se puede observar, un 38% de las empresas tienen 10 empleados o menos y casi el 70%, si se suman los porcentajes que tienen menos de 10 y menos de 50, son empresas que tienen menos de 50 empleados, por lo que en general se puede deducir que se trata de empresas de tamaño reducido.

Como se ha podido apreciar en los apartados anteriores, las bases de datos consultadas muestran un perfil de empresas canarias que operan en África de tamaño reducido, principalmente que prestan servicios y cuya actividad en el continente africano se encuentra fundamentalmente en los países más cercanos geográficamente: Marruecos, Senegal, Cabo Verde y Mauritania. Se trata de una serie de datos que permiten anticipar cierta información que se contrastará en la parte práctica del presente estudio.

3. LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EN LA EXPANSIÓN EMPRESARIAL HACIA ÁFRICA

3.1. La internacionalización de la empresa

El comercio internacional es aquel proceso mediante el cual se compra, intercambia o venden bienes o servicios entre países, una actividad que permite aumentar sus mercados donde se puedan consumir dichos bienes o servicios que, a su vez, brinda mayor oferta a los consumidores y permite, de este modo, alcanzar precios más competitivos. En este ámbito se incluyen las importaciones y las exportaciones. Las primeras equivalen a un bien o servicio que se compra a otro país de forma individual o colectiva y las segundas son aquellos bienes o servicios que se venden a un comprador de otro país. En este sentido, quienes producen bienes o prestan servicios con excedente y de una manera eficiente los exportan a otros países que, por el contrario, no pueden producirlos de forma eficiente o, de hacerlo, acarrearían precios elevados para el consumo (Harmon, 2021). La venta de estos bienes o servicios a consumidores de otros países implica involucrar diversas áreas de la empresa y conocer los mercados y las herramientas necesarias para llevar a cabo una expansión con éxito (Alvarado González, 2015).

Según Renau Piqueras (1996:42), citando a Collins y Doorley (1992), «así como el comercio local y regional de los siglos XVIII y XIX, respectivamente, vio su modelo suplantado por el modelo nacional en el siglo XX, los mercados globales serán la norma del siglo XXI». Varios cambios favorecen esta mundialización. Entre ellos, la mejora de los medios de transporte y de los medios de comunicación, pero también la homogeneización de los gustos y de las formas de consumo a nivel mundial a causa del «mejor conocimiento de las diferentes nacionalidades entre sí y al desarrollo de los medios de comunicación de masas» (Renau Piqueras, 1996:42), lo que permite vender los mismos productos a muchos lugares del planeta y crear zonas de libre comercio.

Según este autor, las empresas comenzaron a exportar porque tenían un exceso de capacidad instalada o por circunstancias externas, como la llegada de nuevos competidores, que les obligaba a buscar mercados alternativos. En este sentido, afirma que el comercio internacional hace que cada país se especialice en algún tipo de bien o servicio (por ejemplo, Estados Unidos en informática o Suiza en la industria farmacéutica), lo que aumenta su productividad y hace que se nutran unos países de otros. Sin embargo, no todo es tan sencillo como parece. Entra en juego, por ejemplo, la

denominada distancia psíquica, factores que vuelven complicada la tarea de negociación entre las partes. Algunos de estos factores son el idioma, la cultura y el nivel de educación (Renau Piqueras, 1996).

En esta línea, resulta oportuno tener en cuenta que la inversión extranjera directa es aquella actividad que consiste en invertir capital en una empresa o activo de otro país. Ello puede conllevar el crecimiento de la empresa que invierte y hacerla más competitiva. Además, este tipo de actividad beneficia tanto a la economía del país de destino como al inversor. Sin embargo, no se debe confundir este término con exportar o importar (Harmon, 2021).

3.1.1. La integración de España en los mercados internacionales

Para tratar la apertura de España a otros mercados de índole internacional, resulta oportuno referirnos al ya mencionado Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), que se creó en el año 1947, tras la Segunda Guerra Mundial, con el fin de establecer una serie de normas que regularan el comercio a nivel internacional en una etapa de recuperación tras los conflictos bélicos. Como se refleja en la página web de la Organización Mundial del Comercio (OMC), esto dio lugar a periodos donde, «se registraron algunas de las tasas más altas de crecimiento del comercio internacional». Dicho acuerdo funcionaba como preámbulo a las negociaciones multilaterales en términos de condiciones arancelarias en las que profundizó la OMC. Sin embargo, no fue hasta 1963 cuando España se adhirió al GATT, en un momento de apertura al exterior durante la etapa del franquismo, caracterizada por ser un régimen en el que los ministerios tenían un margen de decisión reducido (Pardo Sanz, 1999). Desde el año 1959, el Plan de Estabilización, fruto de presiones del exterior y del trabajo de quienes lograron vencer el desacuerdo de varios ministros y de Franco, permitió abrir en España «perspectivas de colaboración económica y de intercambios comerciales con el exterior inimaginables años atrás» (Cámara Oficial de la Industria de Barcelona, 1960:17). Dicho plan permitió que el país comenzara a reajustar su economía mediante una serie de medidas que consistían, entre otras, en dotar de estabilidad a la peseta, reducir la inflación, fomentar la inversión extranjera en empresas españolas o limitar el gasto público (Cámara Oficial de la Industria de Barcelona, 1960).

La OMC se creó en el año 1995 y, según se lee en su página web, se trata de la organización internacional encargada de normalizar el comercio entre países con la

garantía de que dichos intercambios se lleven a cabo de una manera fluida, libre y previsible. Está integrada por 164 miembros, entre los que se encuentra España, y presta ayuda en la producción de bienes y servicios a sus exportadores e importadores para que puedan producirse dichas actividades. De esta manera, contribuye a la mejora de los niveles de vida, a la creación de empleos y a la mejora de la vida de las personas, lo que incluye un sistema de normas comerciales que ayuda a que los países en desarrollo puedan mejorar su capacidad comercial, todo ello con el máximo aprovechamiento de los recursos mundiales. Asimismo, los acuerdos de la OMC, que son los que negocian y firman la mayoría de los países que la integran, consisten en contratos que incorporan las normas del comercio internacional. Además, a diferencia del GATT, la OMC contempla tanto el comercio de bienes físicos como la comercialización de servicios y de la propiedad intelectual, que no se incluía en los acuerdos iniciales. En esta línea, Benavides (2011) hace hincapié en que los servicios no se pueden transportar y que, en muchos casos, precisan que quienes los ejecutan estén físicamente en el lugar donde se requieren. Por ese motivo, a diferencia de la venta de productos, los servicios tienen cierta dependencia del personal, aunque en ocasiones pueden estar relacionados y un servicio puede depender de que un producto se venda o no.

Con la entrada de España en la Comunidad Económica Europea (CEE) en el año 1986, el país se benefició de las puertas que esta integración le abría al exterior y de que surgieran las primeras multinacionales españolas que se expandían a otros países europeos (Quintana Navío, 2007). Además, el hecho de que los países que forman parte de la Unión Europea vayan progresando en términos de cooperación e integración hace que la empresa española avance en la vía de la internacionalización en la vertiente de la exportación y de la inversión directa (De Velasco Rami, 2005).

Por otra parte, el Instituto de Comercio Exterior (ICEX), también conocido como ICEX España Exportación e Inversiones, se creó en el año 1982 con el objetivo de internacionalizar la economía y la empresa española. Junto a las distintas cámaras de comercio, organizaciones empresariales y agrupaciones sectoriales, el ICEX persigue consolidar las pequeñas y medianas empresas españolas en los mercados internacionales (Instituto de Comercio Exterior [ICEX], s.f.).

Con el paso de los años, siguen surgiendo instrumentos y acuerdos que permiten que las empresas españolas continúen su expansión hacia otros mercados. Se trata, por ejemplo,

de los Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI), que forman parte en la actualidad de la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España. Como se puede leer en la web del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, consisten en una serie de tratados bilaterales con medidas y cláusulas que contribuyen a proteger las inversiones de índole internacional en el territorio de otro Estado con el fin de dotar de estabilidad y de minimizar la incertidumbre política y jurídica a la hora de expandir la empresa hacia mercados exteriores. El primero de dichos acuerdos se firmó en el año 1990 y decenas de ellos están en vigor hoy en día.

Con este primer recorrido sobre el origen de la internacionalización de la empresa en España, y teniendo en cuenta que la presente tesis tiene como ámbito de estudio el comercio entre Canarias y los países del continente africano, se presentará una serie de datos estadísticos que incluyen tanto las importaciones como las exportaciones de España en su conjunto como de Canarias en general.

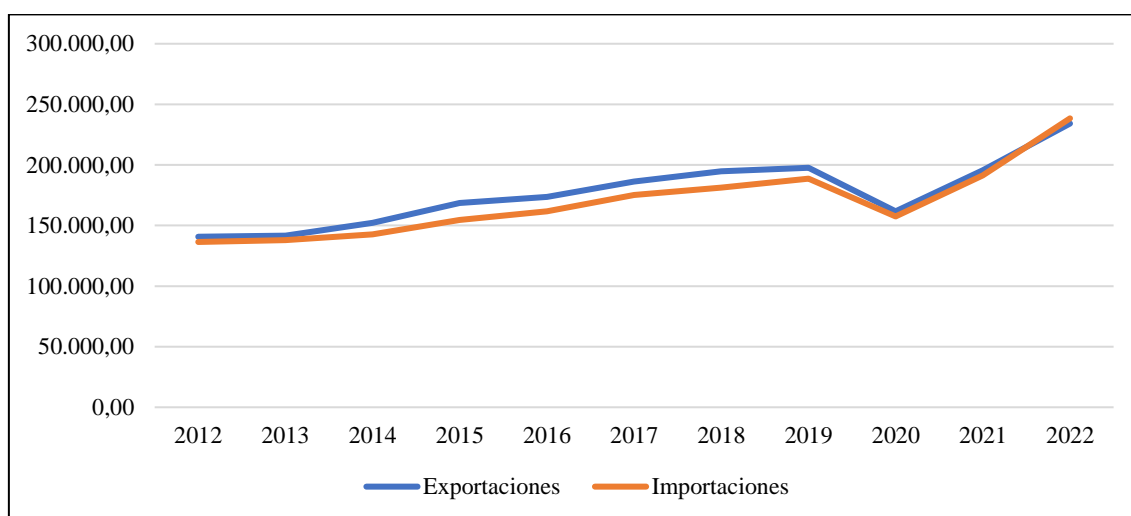


Gráfico 15. Importaciones y exportaciones de España entre 2012 y 2022 (en millones de euros) (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2023)

Como se puede apreciar en el gráfico, España hace más exportaciones que importaciones, si bien, en ambos casos supera los 140 millones de euros al año. Se han tomado los últimos datos disponibles en el portal de estadísticas DataComex, que pertenece al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España. Se trata de los datos comprendidos entre 2012 y 2022 y se puede ver que, a pesar de que, en el año 2020, que coincide con el inicio de la pandemia por Covid-19, tanto las exportaciones como las importaciones disminuyeron, aunque la tendencia es generalmente ascendente.

A continuación, se pueden observar las importaciones y exportaciones de Canarias en el mismo periodo de tiempo.

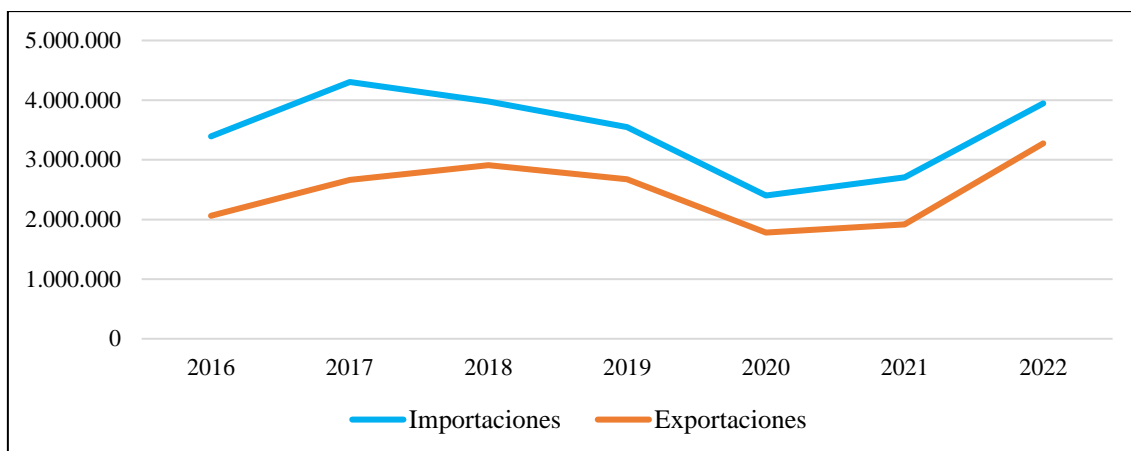


Gráfico 16. Importaciones y exportaciones de Canarias entre 2016 y 2022 (en euros) (Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, 2023)

El caso de Canarias muestra una realidad en la que, si bien las importaciones son más numerosas que las exportaciones, al igual que ocurre en el conjunto del territorio nacional, ha habido oscilaciones prácticamente paralelas a lo largo de los últimos seis años, que presentan una tendencia descendente, a pesar de que entre 2020 y 2022 se pueda observar que tanto las exportaciones como las importaciones aumentaron considerablemente.

Si nos centramos en Canarias, resulta necesario mencionar el papel fundamental que desempeña PROEXCA en la promoción exterior de dicha Comunidad Autónoma.

3.1.2. La internacionalización de la empresa española hacia África

El subdirector General de Política Comercial con Países Mediterráneos, África y Oriente Medio del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Enrique Feás Costilla, publicó en el año 2009 un artículo en el Boletín Económico del ICEX en el que afirmaba que el interés de España por África estaba aumentando con los años, debido a la mayor estabilidad política y económica que estaba adquiriendo el continente vecino. Como indica este mismo autor (2009:7), el CAPCAO (Consejo Asesor para la Promoción del Comercio con África Occidental), órgano colegiado creado en 1996, tiene el objetivo de «apoyar y asesorar en el fomento de las relaciones comerciales con los países africanos de esta zona». Según el Real Decreto 417/1996, de 1 de marzo, por el que se regula la composición y las funciones del Consejo Asesor para la Promoción del Comercio con África Occidental, dicho consejo está adscrito al Ministerio de Comercio y Turismo y sus funciones principales son «formular propuestas en la elaboración de disposiciones

generales que afecten a las relaciones comerciales entre Canarias y los países de África Occidental», así como «proponer medidas de actuación conducentes al mejor desarrollo de las relaciones comerciales entre ambas zonas» y, por último, «prestar asesoramiento en aquellos planes de promoción que favorezcan las relaciones comerciales entre ambas zonas» (Real Decreto 417/1996:3). Se reúne al menos tres veces al año y se encarga de elaborar una memoria anual de las actividades que se hayan llevado a cabo de acuerdo con sus funciones.

En esta línea, en el año 2009, el Consejo de Ministros aprobó el Plan África de Exportación de Infraestructuras de África Subsahariana con el objetivo de «generar oportunidades de negocio para empresas españolas en países de África Subsahariana cuyas condiciones especiales no permitían una política tradicional de fomento de la internacionalización» (Feás Costilla, 2009:11). Lo integran doce países, que son Burkina Faso, Camerún, Costa de Marfil, Etiopía, Ghana, Guinea Bissau, Madagascar, Mali, Santo Tomé y Príncipe, Senegal, Tanzania y Uganda.

Además, en la Agenda 2063: the Africa we want, publicada por la Comisión de la Unión Africana (African Union Commission: 2015:9), queda reflejado que una de sus aspiraciones es «Africa as a strong, united and influential global player and partner» [que África sea un competidor y socio mundial fuerte, unido e influyente], lo que demuestra el creciente interés de este continente en formar parte de cuestiones internacionales.

En España, Casa África es clave en la promoción de las relaciones con África. Se creó en el año 2006 y una de sus sedes está en Gran Canaria. La integran el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, así como el Gobierno de Canarias y el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria. Como se lee en su página web, el objetivo principal de Casa África es «fomentar el conocimiento mutuo y fortalecer las relaciones con los países africanos a través de la confianza», para lo cual esta institución organiza cada año más de 200 actividades de distinta índole: económica, cultural, social, institucional o política. Gracias a este organismo público, las empresas españolas pueden conocer las oportunidades que ofrecen los países de África y apostar, así, por la internacionalización de la empresa hacia estos mercados.

3.1.3. La cultura en la internacionalización de la empresa

Suárez-Ortega et al. (2017) destacan los factores que hay que tener en cuenta al iniciar actividades en países extranjeros, particularmente en aquellos que están en desarrollo, entre los que se encuentran el conocimiento de las instituciones y los valores culturales del país, que estarán relacionados con la negociación, entre otros. Estos autores nombran algunos obstáculos, como «el difícil acceso a la información estadística y de mercado» de los países en desarrollo y el «pensamiento directivo erróneo y miópico» o la «insuficiente flexibilidad para amoldar los modelos de actuar» de la empresa española (2017:38-39). Esto implica que la actividad exterior de la empresa puede verse condicionada por factores culturales en distintos ámbitos de actuación: durante la negociación, en las campañas de *marketing*, en la ética y responsabilidad social corporativa e incluso en los recursos humanos de la empresa (Fanjul Martín, 2010). Suárez-Ortega (2003), coincide en esta idea y comenta que a la hora de iniciar el proceso de internacionalización de la empresa pueden aparecer distintas barreras. Algunas de ellas son la falta de conocimiento de los mejores mercados potenciales, el riesgo de perder dinero o la falta de conocimiento general de cómo exportar, así como la barrera idiomática y cultural.

Con respecto a la cultura, cabe destacar la investigación llevada a cabo por Fanjul Martín (2010) en la que afirma que, a causa de los viajes, de Internet y de una cultura empresarial cada vez más globalizada, la diversidad cultural está en aumento entre los empleados de las empresas, es decir, que una persona de una cultura puede adentrarse en otro entorno cultural sin dificultades. La heterogeneidad cultural en las empresas puede ser un obstáculo debido a las posibles barreras comunicativas, pero también una ventaja. Esta diversidad permite innovar, sobre todo si se trata de personal altamente cualificado y, de esta manera, favorecer la internacionalización de la empresa, pues son personas preparadas para desempeñar su labor en distintos ambientes culturales, lo que también permitirá mejorar la comprensión de los demás mercados locales y de los clientes. En el caso que nos ocupa, se trata de diferencias culturales que pueden surgir entre empresarios de Canarias y de los países africanos del entorno.

Este autor subraya la importancia de que las empresas entiendan y valoren la importancia de la cultura y desarrollen estrategias para hacer frente a las barreras de este tipo. También deben conocer la forma de actuar de las personas de la parte negociante y saber adaptarse

a la hora de vender productos o de ser la parte visitante. Más allá de los problemas de comunicación que puedan surgir por el desconocimiento de la lengua en cuestión, hay problemas que pueden producirse por no conocer el código ético, el protocolo o el sistema de las normas de jerarquía de un país, entre otros aspectos.

En la línea de Fanjul Martín (2010), Cuervo Cazurra (2004) afirma que una solución ante las diferencias culturales, que provocan que el personal tenga puntos de vista y pautas de comportamiento diferentes, es el intercambio de personal entre el país de destino y el de origen.

García Cabrera y García Soto (2010) añaden que en un mismo país puede haber varias culturas. En este contexto, las autoras nombran el modelo de Hofstede (1984), que trata las diferentes dimensiones culturales basadas en un estudio realizado con los empleados de la multinacional IBM. Algunas de las dimensiones que examinan son la distancia de poder (grado en que se espera y acepta la desigual distribución de poder, lo que deriva en la posible creencia de que crear una empresa es una tarea exclusiva de las élites), la evasión de incertidumbre (desconocimiento de una situación, por lo que aquellos que tienen los valores de incertidumbre más bajos son los que aprovechan mayoritariamente las oportunidades), la masculinidad-feminidad (competitividad de una sociedad) y el individualismo-colectivismo (vínculo de los integrantes). Todas estas dimensiones son modelos de elementos que ilustran las características de las empresas en el ámbito cultural. Dicho estudio se llevó a cabo hace cerca de cincuenta años, pero constituye un ejemplo de cómo pueden variar los valores y comportamientos en una misma empresa en diferentes entornos culturales.

Como ilustración, resulta oportuno mencionar el análisis llevado a cabo por Solano Sánchez (2014) sobre la barrera cultural con Marruecos, donde la religión desempeña un papel fundamental en todos los ámbitos. Además, incide en que en este país los trámites administrativos y aduaneros son muy complejos y los canales de distribución no están suficientemente desarrollados, por lo que «la decisión más acertada suele ser la venta a través de un importador o establecer filiales» (2014:176). Según este mismo autor, el idioma que se emplea en el ámbito de los negocios es el francés y se suele requerir varias visitas al país antes de cerrar un acuerdo ya que se prefieren las negociaciones de forma presencial y la comunicación por escrito escasea.

3.1.4. La barrera lingüística en el comercio internacional

La tendencia a la internacionalización de las empresas y a la globalización de los mercados implica que distintos países tengan actividades comerciales cuyas negociaciones pueden acarrear diferencias culturales, pero también idiomáticas. Tanto en el epígrafe anterior como en este, nos hemos basado en estudios que han llevado a cabo investigadores del entorno empresarial que han dado importancia a los factores culturales e idiomáticos a la hora de llevar a cabo actividades comerciales en entornos internacionales.

Hutchinson (2005) afirma que la dificultad de aprender el idioma del país con el que se negocia está directamente relacionada con la dificultad de obtener información y de llevar a cabo las negociaciones comerciales. Dicho autor enuncia que lo que afecta es la distancia entre lenguas, es decir, que sean más o menos similares y, por ende, que resulten más o menos fáciles de adquirir. En su estudio, que se basa en la distancia del inglés con otras lenguas, destaca que, a la hora de importar productos de otros países, el importador precisa de más información que el exportador acerca de, por ejemplo, riesgos de mercado, leyes, culturas, productos, etc., lo que tiene un efecto directo, según este autor, en el volumen de importación. Asimismo, afirma, cuando se trata de hacer exportaciones, si bien la barrera lingüística existe, no se ha podido observar que tenga una repercusión tan significativa en el volumen de las exportaciones como en el de importaciones.

En la misma línea, Lohmann (2011) se basó en la tesis de Irvine (2006), quien ideó el índice de barrera lingüística (Language Barrier Index – LBI) para analizar los efectos de los idiomas en el comercio. Este autor explica que dicho índice permite medir la distancia lingüística entre idiomas. Los valores van de 0 a 1, donde 0 indica que no hay barrera lingüística, es decir, que los dos países tienen la misma lengua, y 1, que existe la mayor distancia posible. En su estudio también concluye que cuanto más alto es el índice de la barrera lingüística, más puede disminuir el flujo del comercio entre dos países.

Para minimizar esta barrera, se acude a la labor de los traductores e intérpretes, que cuentan con la ventaja de la alta estandarización de muchos términos en inglés y otras lenguas. Este profesional se adaptará a las partes implicadas en la comunicación comercial para garantizar que la comunicación sea fluida (Socorro Trujillo, 2019).

A continuación, se tratará la traducción y la interpretación como disciplinas, en general, pero también en el ámbito comercial, que es una vertiente especializada que permite que el traductor sea el puente entre las partes de un acuerdo comercial.

3.2. La traducción y la interpretación en el comercio exterior entre Canarias y África

En el presente apartado, se abordarán las principales cuestiones relativas a la traducción y la interpretación en el ámbito del comercio exterior. Para ello, se definirá brevemente en qué consisten la traducción y la interpretación. Se hará hincapié en la traducción especializada que se produce en el marco del comercio exterior, así como en los tipos de textos y los tipos de comunicación escrita que pueden surgir de una transacción comercial. Igualmente, se incidirá en las modalidades de interpretación que se suelen emplear en este ámbito. Posteriormente, se abordarán las lenguas francas, con especial atención al papel que desempeña el francés en el comercio con África.

3.2.1. La traducción

De acuerdo con García Yebra (1982:29), citando a Taber y Nida (1971), la traducción consiste en «reproducir en la lengua receptora [...] el mensaje de la lengua fuente [...] por medio del equivalente más próximo y más natural, primero en lo que se refiere al sentido, y luego en lo que atañe al estilo». Esta definición permite inferir que el trasvase del mensaje de una lengua a otra hace que el sujeto que recibe la traducción del mensaje pueda comunicarse con el sujeto que emite el mensaje, aunque no compartan la misma lengua, gracias a la labor de un traductor. En esta línea, Viaggio (2004:114) define esta disciplina como aquella que permite reverbalar el contenido del mensaje de manera que su receptor lo comprenda en el marco de su situación, lo que implica que se produzca «una nueva percepción del sentido» dentro de la comunicación interlingüe mediada, que «se da cuando los participantes de un acto comunicativo requieren [...] un mediador familiarizado con las diferentes lenguas de que se trate». Esto va en la línea de la visión más funcionalista de la traducción, que surgió a finales de los años 1970 en Alemania, que contempla cuestiones socioculturales (Chiper, 2002) y que «privilegia la función del texto» a la hora de traducirlo (Nord, 2018:1). En este sentido, el traductor, además de trabajar entre lenguas, también trabaja entre culturas para poder hacer frente a los obstáculos que se presentan a la hora de transferir el significado. Esto se debe a que, «lo que tiene valor como signo en una comunidad cultural puede estar desprovisto de

significación en otra, y el traductor se encuentra inmejorablemente situado para identificar la disparidad y tratar de resolverla» (Hatim y Mason, 1995:282). Sin embargo, la evolución de las herramientas de traducción asistida por ordenador, o herramientas TAO, ha hecho que en determinados casos se haga uso de la traducción automática en sustitución de la que lleve a cabo un traductor humano, lo que conlleva carencias a la hora de interpretar los textos. Lo que se obtiene como resultado es una traducción que difícilmente será válida o, en el mejor de los casos, podría resultar antinatural (Viaggio, 2004).

Para abordar el presente apartado sobre la traducción, se profundizará en el concepto de tipología textual, en general, y en el marco del comercio exterior, en particular, con especial atención a los tipos de documentos que surgen de las transacciones comerciales entre países con distinta lengua oficial o administrativa, así como a otros tipos de comunicación escrita, como la correspondencia comercial o la mensajería móvil.

3.2.1.1. La tipología textual

Debido a la gran variedad de textos que se encargan para traducirse, la tipología textual se ha convertido en una cuestión fundamental en la formación de los traductores (Trosborg, 1997) e intérpretes. El dominio de las diferentes variedades discursivas, tanto en la lengua de origen como en la lengua meta, así como de las culturas y del contexto en el que se produzcan dichos documentos (Hatim, 2009), permite al traductor tomar decisiones con respecto al contenido del mensaje del texto original (TO) y verlas reflejadas en el texto meta (TM). Para tratar estos aspectos es conveniente, en primer lugar, abordar dos cuestiones fundamentales: el registro y el género.

Los registros son, de acuerdo con Hatim y Mason (1995:307), «la tendencia de la conducta lingüística a adoptar pautas dependientes del tipo de actividad, del nivel de formalidad, etc.». Estos incorporan variedades que surgen del uso de la lengua, como pueden ser el lenguaje de los documentos legales o el lenguaje médico. De hecho, en cada una de estas variedades podemos encontrar diversas características sintácticas que se repiten (Trosborg, 1997). Los registros pueden variar en función del usuario de la lengua, es decir, el hablante y oyente o escritor y lector, que se diferencian en dialectos. En primer lugar, los dialectos pueden ser geográficos, donde las variedades lingüísticas se dan entre contextos geográficos de una misma lengua; temporales, cuyos cambios lingüísticos se manifiestan con el tiempo, como con el paso de las generaciones; sociales, en función de

la estratificación social de la comunidad de habla; estándares, que son aquellos que prevalecen, marcados por factores como los medios de comunicación o la educación, o, por último, puede tratarse de idiolectos, que se corresponden con la «individualidad del usuario del texto» y «las maneras personales de usar el lenguaje», como en la pronunciación, en el uso de determinadas expresiones o de estructuras sintácticas (Hatim y Mason: 1995:63). En segundo lugar, las variaciones relacionadas con el uso de la lengua dependen del campo en el que se enmarque el discurso, que viene marcado por la actividad en la que surja dicho discurso; por la modalidad del discurso, que se corresponde con el medio por el cual se produce, y por el tenor del discurso, en el que se ve reflejada la relación entre el hablante y el oyente (Hatim y Mason, 1995).

Por otra parte, los géneros son, de acuerdo con Hatim y Mason (1995:304), las «formas convencionales de textos asociados a ocasiones sociales concretas», es decir, equivalen a las categorías textuales que se emplean en situaciones particulares con un objetivo específico, lo que no implica que se trate de un simple conjunto de textos más o menos similares, sino que incluyen elementos que comparten un determinado código, así como elementos concretos que surgen de procesos comunicativos (Trosborg, 1997). Según Trosborg (1997: 11),

registers impose constraints at the linguistic level of vocabulary and syntax, whereas genre constraints operate at the level of discourse structure. [...] I see genres as having complementary registers, and communicative success with texts may require an appropriate relationship to systems of genre and register.

Con esto, la autora quiere destacar la necesidad de que tanto género como registros se complementen teniendo en cuenta los campos que limita cada uno.

Hatim (2009) defiende que los textos deben tratarse como macroestructuras y propone un esquema en el que recoge que, dentro de un registro, el discurso se expresa a través del género, que engloba gran variedad de textos. De esta manera, los textos están definidos por su propósito o fin retórico, por el género al que pertenecen, por el acto comunicativo convencionalizado, y funcionan como vehículos de la expresión discursiva de ideologías y valores. A su vez, el registro y el género se ven reflejados en la exposición de la perspectiva, situación e ideología desde las que se transmite un mensaje. Se trata de una serie de elementos que constituyen herramientas importantes para alcanzar una comunicación efectiva y apropiada en el contexto meta mediante la traducción de los textos.

Por su parte, el tipo textual es el «marco conceptual en virtud del cual pueden clasificarse los textos a partir de unas intenciones comunicativas que están, a su vez, al servicio de un propósito retórico global» (Hatim y Mason, 1995:308), que se basa en que «en cualquier punto concreto de una interacción es posible aislar un foco pragmático, que presumiblemente incluirá un conjunto de intenciones mutuamente relevantes y determinará el tipo de texto que en ese momento esté surgiendo» (1995:181).

De acuerdo con Trosborg (1997), en un mismo género se pueden encontrar textos diferentes en contenido y estructuras y también puede ocurrir lo contrario: textos que son lingüísticamente similares pero que pertenecen a géneros diferentes pueden estar incluidos en un mismo tipo de texto. Por ejemplo, en los textos informativos se incluyen los artículos periodísticos, los informativos televisivos y los manuales, entre otros (Biber, 1989). En esta línea, Trosborg (1997) afirma que los textos se clasifican en función del componente principal del proceso comunicativo, en caso de que cumplan varias funciones. Esta autora (1997:17) afirma que

genres and text type categorizations have different theoretical bases. [...] Genres are defined and distinguished on the basis of systematic non-linguistic criteria. [...]. Text types may be defined on the basis of cognitive categories [...] or on the basis of strictly linguistic criteria.

Con este enunciado, la autora diferencia el sustento teórico del género y de los tipos de texto, que consiste fundamentalmente en aplicar criterios no lingüísticos y lingüísticos respectivamente.

Existe un gran número de clasificaciones de acuerdo con diferentes factores (Puchala, 2011). Un ejemplo clásico es la de Reiss (1976), que divide los textos en informativos, expresivos y operativos según su intención y función, lo que hace que los traductores tengan que priorizar la función más relevante con sus estrategias de traducción para conservar el objetivo global del texto. Así, se podrá calificar como una traducción apropiada, en el caso de que se trate de un texto informativo, si se ofrece un contenido directo y accesible; en el caso de que el texto sea expresivo, si se transmite una impresión directa de su contenido artístico, y, en el caso de los textos operativos, si se produce un texto del que se pueda extraer directamente la respuesta esperada (Reiss, 1989).

Sager (1997) afirma que los tipos de texto han evolucionado de acuerdo con patrones de mensajes que se ajustan a situaciones comunicativas diversas. El hecho de haber repetido una serie de mensajes en circunstancias particulares ha creado la capacidad de reconocer características estructurales y retóricas que condicionan los modelos de las personas a la

hora de leer los mensajes. De hecho, al leer un mensaje, se identifica previamente el tipo de texto del que se trata para adaptar la recepción del mensaje a sus características. Kussmaul (1997:69) amplía el significado del término de tipos de texto para referirse ya no a la función, sino a «entities such as manuals, instruction leaflets, business letters, weather reports, contracts, or also academic discourse [...]». Con esta ampliación, se incluyen parámetros y convenciones textuales, más allá del plano lingüístico.

Los traductores son los responsables de que la comunicación entre miembros de diferentes comunidades sea posible mediante el empleo de recursos que permiten transmitir de forma efectiva un mensaje que surge de un contexto con conductas, conocimientos, expectativas y perspectivas concretas hacia otro contexto con conductas, conocimientos, expectativas y perspectivas diferentes (Nord, 2008). De acuerdo con esta misma autora (2008), el traductor lidia con la diferencia de lenguas entre un grupo y otro, pero la tarea va más allá: tiene que lidiar con las diferentes culturas, que constituyen sistemas complejos del que forman parte las lenguas.

Las funciones comunicativas son cruciales a la hora de tratar un texto. Sobre todo, se debe distinguir entre la función que le atribuye el emisor y la forma en que el receptor percibe estas funciones. Por este motivo, el traductor debe ser consciente de la función comunicativa que el TM debe transmitir en la situación en cuestión. En contextos profesionales, puede ocurrir que los traductores no sientan la necesidad de recibir especificaciones de las funciones que deben cumplir los textos en contextos específicos, sobre todo cuando se trata de tareas frecuentes en un mismo entorno de trabajo. Esta excepción sí puede ocurrir en el caso de la interpretación debido a las diferencias con respecto a la traducción escrita en cuanto al espacio, al momento y a la finalidad de la comunicación. Los intérpretes deben tener en cuenta el conocimiento derivado de la cultura, la experiencia o la susceptibilidad de las audiencias en cuestión, pero no al mismo nivel que un traductor con un encargo específico para una cultura meta definida (Nord, 2008).

Nord (2008), basándose en los modelos de Bühler (1934) y Jakobson (1960), hace un análisis de las funciones comunicativas básicas. Éstas son la función referencial, que incorpora las subfunciones informativa, metalingüística, metatextual, directiva y didáctica, entre otras; la función expresiva, que incorpora las subfunciones evaluativa, emotiva e irónica, entre otras; la función apelativa, que incorpora las subfunciones

ilustrativa, persuasiva, imperativa, pedagógica y publicitaria, entre otras, y, por último, la función fática, que incluye, por ejemplo, las conversaciones superficiales. Además, esta autora (2006) hace un análisis de cómo estas funciones se pueden ver afectadas cuando un texto debe transmitirse de una cultura a otra y propone una serie de alternativas para que cumplan con la intención del emisor.

En lo que refiere a la función referencial, Nord (2006) comenta que el grado de comprensibilidad del texto será el condicionante, es decir, que dependerá de si el receptor tiene el conocimiento que el emisor supone que tiene acerca del asunto en cuestión. Si esto no se cumple, la autora propone la posibilidad de explicar la información que se debería tener previamente o bien explicar la función referencial del TO al receptor de la cultura meta proporcionándole información adicional en un metatexto, como puede ser un glosario. Esta segunda solución modificaría la función del texto y pasaría a ser metarreferencial.

Cuando trata la función expresiva, Nord (2006) alude a la actitud del emisor. Si este expresa sentimientos o emociones individuales, se trata de la subfunción emotiva, y si expresa una evaluación, se tratará de la evaluativa, entre otras subfunciones; y puede hacerlo de manera explícita, con elementos lingüísticos evaluativos o emotivos, o implícita, con elementos de sistemas de valores que el emisor y el receptor comparten. Si las culturas del emisor y del receptor no comparten el mismo sistema de valores, el traductor tendrá que emplear alguna estrategia, como explicar el carácter expresivo implícito para que se pueda interpretar correctamente o explicar el carácter expresivo en un comentario aparte, como puede ser una nota al pie de página.

La función apelativa persigue que el receptor reaccione de alguna manera. En inglés se suelen emplear verbos como *must* o *should* de forma directa o instrumentos lingüísticos o estilísticos de forma indirecta. Para transmitir esta función, si la diferencia cultural no permite hacer un traslado literal, el traductor podrá adaptar el contenido apelativo a la cultura de la audiencia o cambiar de función apelativa a metaapelativa mediante el uso de comentarios para hacer explicaciones (Nord, 2006).

Por último, esta autora (2006) afirma que la función fática se basa en las convenciones de los recursos lingüísticos, no lingüísticos y paralingüísticos empleados en situaciones particulares. Uno de los aspectos principales de esta función es la forma de dirigirse al receptor. Si las culturas del emisor y del receptor no comparten las mismas convenciones

fáticas, se puede adaptar en la traducción a las funciones de la cultura meta o se puede explicar al receptor que las formas empleadas pretenden cumplir con la función fática, lo que hace que en el TM esta función sea metafática, es decir, referencial, al hacer una explicación al receptor.

Las estrategias de traducción empleadas al tratar documentos de una tipología textual determinada pueden verse condicionadas por el contenido y la intención del TO. Si el efecto que produce el texto en el receptor de la lengua original es el mismo que produce la traducción en el receptor de la lengua meta, sin hacer modificaciones en el contenido, entonces estaremos ante el caso de dos culturas similares. Sin embargo, hay otros casos en los que el traductor debe mediar entre culturas diferentes y necesita ajustar su trabajo a las necesidades de los lectores en la lengua meta, como hemos visto. Por una parte, nos podemos encontrar con una estrategia de traducción que conserva la intención del texto, pero que reduce o amplía su contenido para que se pueda entender en la cultura meta, como por ejemplo la traducción de textos literarios que contienen alusiones a cuestiones culturales específicas en la cultura de origen (Sager, 1997). Según Nord (1991:16),

the reception of a text depends on the individual expectations of the recipient, which are determined by the situation in which he receives the text as well as by his social background, his world knowledge and/or his communicative needs.

Como se puede ver, el receptor del texto se ve condicionado por la situación en la que lo recibe, por su entorno social, sus conocimientos del mundo o sus necesidades comunicativas, lo cual puede dar lugar a adaptaciones por parte del emisor.

También puede ocurrir que el traductor necesite cambiar la intención del texto, como es el caso de la traducción de poemas, que anula la función estética para transmitir su contenido. Y, por último, puede darse el caso de que el traductor necesite cambiar tanto el contenido como la intención del texto cuando un documento se haya creado específicamente para unos destinatarios de una determinada cultura, pero que pueda interesar a los individuos de otra cultura, como puede ser un documento legislativo; o cuando se trate de documentos históricos que puedan estudiarse para entender acontecimientos del presente, como puede ser la traducción de la Biblia gótica para emplearla en el estudio de la gramática en vez de en el estudio religioso (Sager, 1997). En definitiva, «text-type conventions are not universal, but linked to a certain culture at a certain time» (Nord, 1991:19).

Sager (1997:30) considera que un buen ejemplo para justificar estas afirmaciones son los documentos de transporte: «shipping documents are a good example of the various purposes certain complex documents have to adjust to», y que un mismo contexto puede enmarcar varios tipos de documentos y viceversa: una misma estructura textual puede estar presente en ámbitos que no están interrelacionados. Por lo tanto, las categorías textuales nacen de las situaciones comunicativas más convencionales, que a su vez son producidas por relaciones entre el emisor y el receptor.

De acuerdo con Chiper (2002:216),

whereas the source text is viewed as a primary “offer of information” in the source culture, the translated text is a secondary offer of information in the target culture, an autonomous text created through a process of selection of source-text information according to the *skopos* of the translation. As a result, translation is not the reproduction of a previous text but the production of a new one.

Al traducir un texto para individuos de otra cultura, resulta, pues, indispensable crear un TM que se adecue a dicha cultura, como si de un nuevo mensaje se tratara.

Por todo lo comentado, los traductores deben tener en cuenta los indicadores que se emplean en la cultura meta para que los receptores de la traducción puedan entender el mensaje. De esta manera, Nord (2008) propone dos tipos de traducción: la traducción documental y la traducción instrumental.

La traducción documental constituye un metatexto que informa al receptor de un texto escrito en una cultura de origen, por lo que la función comunicativa no se percibe de manera directa, sino indirecta. Por otra parte, la traducción instrumental es aquella de la que surge un texto dirigido a un público de una cultura meta que transmite la función del TO sin que parezca un texto traducido. En definitiva, el conocimiento de las convenciones en diferentes culturas es una cuestión en la que se debe insistir desde el proceso formativo del traductor, así como las normas lingüísticas y las convenciones de los diferentes tipos de texto. Para ello, es de gran utilidad el empleo de textos paralelos, no solo para comprobar aspectos culturales o terminológicos, sino también para sobreponerse ante las dificultades que nazcan de la producción de un texto que nunca antes se había traducido (Nord, 2008).

3.2.1.2. La traducción para el comercio exterior

3.2.1.2.1. Contextualización

La salida de las empresas españolas hacia otros mercados, donde la diversidad lingüística desempeña un papel crucial en el establecimiento de acuerdos comerciales y en el inicio de negociaciones, es una actividad que beneficia a aquellas que puedan hacer frente a las barreras lingüística y cultural, para lo cual, según Orts Llopis (2016), resulta fundamental contar con la labor de traductores e intérpretes ya que facilitan la comunicación entre las partes implicadas. Aguayo Arrabal (2013), citando a Mínguez Fuentes (2010), afirma que las pymes saben que las actividades de comercio internacional les benefician.

Teniendo en cuenta lo que acabamos de mencionar, el informe *ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*, llevado a cabo por la Comisión Europea en diciembre de 2006, dio a conocer la situación de las empresas con respecto a las cuestiones idiomáticas y su consecuente pérdida económica al no poder acceder a determinados mercados debido a la barrera lingüística (Comisión Europea, 2006). En este informe figura un apartado dedicado a la gestión lingüística basado en una encuesta en la que participaron 30 empresas de Francia con carácter internacional. En dicho apartado se pretendía conocer las técnicas de gestión lingüística que se utilizaban en las empresas y la frecuencia con la que se empleaban. Entre estas técnicas se encuentran las estancias de formación, contar con un servicio lingüístico interno y la contratación de traductores o intérpretes externos, entre otros. De acuerdo con la Comisión Europea (2006), las pymes que tienen una estrategia lingüística, lo que incluye, por ejemplo, contar con traductores especializados, alcanzan un mayor volumen de exportaciones que las que no la tienen. Esta es una de las razones por la que Hagen (2011), en su guía lingüística para las empresas europeas, publicada por la Oficina de publicaciones de la Unión Europea, destacó el papel de las traducciones de calidad realizadas por profesionales porque aumentan la competitividad de la empresa, que dispone, así, de la información comercial para el cliente. Según este experto, los clientes respetarán a las empresas cuyas comunicaciones sean de calidad.

Por otra parte, Aguayo Arrabal (2013) se basa en Llamazares García-Lomas (2007) para incidir en la importancia de la cultura empresarial. El autor defiende que este tipo de cultura es decisiva a la hora de llevar a cabo negociaciones y, por ello, los ejecutivos deben conocerla y valorarla, algo que concuerda con el concepto de traductor que enuncia

Rico (2007), citado también por Aguayo Arrabal (2013:66): «un activo que potencia la entrada de las compañías en diferentes mercados y permite la agilidad en las transacciones comerciales e industriales».

La traducción de textos del ámbito de la economía ha aumentado considerablemente y su impacto es cada vez mayor en un mundo globalizado que permite el intercambio de información desde cualquier parte del planeta (Biel y Sosoni, 2017). En el ámbito de la traducción profesional, nos encontramos ante la especialización de la traducción económica, que incluye la traducción de un amplio abanico de tipos de texto como los informes anuales, los informes de responsabilidad social corporativa o la correspondencia; así como otros como las páginas web corporativas o los anuncios publicitarios, que requieren una adaptación cultural a la hora de ser traducidos, y que detallaremos posteriormente (Biel y Sosoni, 2017). Estos autores también defienden que la terminología empresarial ha pasado por un proceso de armonización y unificación y ha alcanzado un nivel de universalidad que supera al de la terminología del ámbito legal. Muchos de estos términos del ámbito empresarial son préstamos del inglés, debido al papel dominante de esta lengua en los países anglófonos en el mundo económico.

Gallego Hernández et al. (2016) hacen una distinción entre los conceptos de «traducción financiera» y «traducción económica». Por una parte, estos autores relacionan la traducción financiera con los documentos que surgen de la comunicación financiera, del análisis financiero, de las operaciones financieras, de la macroeconomía, de la bolsa, de los documentos relativos al banco, etc. Por otra parte, la traducción económica, según explican, incluye la traducción de documentos comerciales y de aquellos documentos destinados a promocionar productos y servicios, así como las webs comerciales. En definitiva, abarca todos aquellos documentos necesarios en los sectores del *marketing* y del comercio, de las inversiones, de la auditoría y de la industria de los seguros, entre otros. Es decir, la traducción económica incorpora aquellos documentos que surjan directa o indirectamente en el ámbito comercial. En ambos casos, tanto si se trata de la traducción financiera como de la económica, Gallego Hernández et al. (2016) apuntan que se requiere una especialización en la materia para abordar una traducción de estas características con éxito.

3.2.1.2.2. La traducción comercial

El ámbito del comercio internacional engloba diversas actividades que marcan las fases de entrega que atraviesa una transacción comercial. Si nos centramos en el material que necesita ser traducido para que dicha transacción tenga lugar con éxito, nos encontraremos aquellos documentos que permiten que la mercancía se traslade de un país a otro. Este proceso va desde que el producto se fabrica hasta que se recoge en el puerto de destino, pasando por el depósito en almacén en origen, su embarque y, en ocasiones, el transbordo a otras embarcaciones y su despacho de aduanas e inspección (Williams, 2018).

Cuando una transacción de importación-exportación se cierra, las partes implicadas deben seguir una serie de fases documentales, cada una de las cuales incluye una serie de tipos de documentos. La primera es la fase comercial o de compraventa, en la que surgen documentos como los contratos. A continuación, la segunda fase es la logística, en la que surgen aquellos documentos relacionados con el transporte y los seguros, como el conocimiento de embarque o las pólizas de seguro. Por último, la tercera fase es la de pago, en la que son comunes documentos como los créditos documentarios o las letras de cambio (Orts Llopis, 2016). Al tratarse de exportaciones de las que surgen documentos relacionados con el transporte, se suele tratar, excepto en casos muy concretos, de exportaciones de productos, no de servicios. En estos casos, las fases de entrega y las obligaciones del comprador y del vendedor vienen marcadas por las cláusulas del comercio internacional, o incoterms.

Los incoterms (*International Commercial Terms*), términos creados por la Cámara de Comercio Internacional (International Chamber of Commerce – ICC), son elementos propios del comercio internacional que determinan las obligaciones que tienen tanto el comprador como el vendedor de la mercancía en cuestión (Guzmán Escobar, 2001). Las obligaciones que integran los diferentes incoterms definen la entrega, los riesgos, los costes y los trámites documentales de la mercancía (Socorro Trujillo, 2008).

La Cámara de Comercio Internacional, creada en 1919, busca desde sus inicios facilitar la gestión del comercio mundial en lo que se refiere a la terminología que emplean quienes desempeñan su labor en este campo. Desde el año 1923 se hicieron los primeros sondeos y normas preliminares que regularan el comercio internacional. La implementación de estos términos aumentó progresivamente a lo largo de los años y en 1936 se creó la

primera versión de los incoterms, que solo incluía seis términos. Poco a poco se modificaron y añadieron otros términos hasta que en el año 2020 se publicó la última edición de estas normas hasta la actualidad, que detallaremos a continuación (Cámara de Comercio Internacional, 2020).

En la última actualización de los incoterms, se hace una división entre los que son válidos para cualquier tipo de transporte y los que se emplean específicamente para el transporte marítimo y fluvial.

En primer lugar, los incoterms que se emplean en cualquier tipo de transporte son los siguientes (Cámara de Comercio Internacional, 2020):

- EXW (Ex Works): el vendedor entrega la mercancía en sus propios locales y no se hace cargo de los trámites, de los riesgos ni del transporte de la mercancía.
- FCA (Free Carrier): el vendedor carga la mercancía al medio de transporte en cuestión y asume los costes y riesgos hasta el momento en que la mercancía esté cargada. Este se hace responsable de los trámites de la exportación.
- CPT (Carriage paid to): el vendedor se hace responsable de los trámites de exportación, de cargar la mercancía y de los costes de transporte, pero no asume los riesgos del transporte.
- CIP (Carriage and Insurance Paid To): el vendedor se hace cargo de los trámites de exportación, de cargar la mercancía, de los costes de transporte y del seguro hasta antes de llegar a destino. En este caso, el vendedor no se hace cargo de los riesgos durante el transporte.
- DAP (Delivered At Place): el vendedor se hace cargo de los trámites de exportación y de los costes de transporte. Asume los riesgos, pero no los de la descarga del medio de transporte en cuestión.
- DPU (Delivered at Place Unloaded): el vendedor se hace cargo de los trámites de exportación, de los costes y riesgos hasta el destino y asume la descarga de la mercancía del medio de transporte en cuestión.
- DDP (Delivered Duty Paid): el vendedor se hace cargo de los trámites de exportación y de importación y entrega la mercancía en un lugar determinado en el país de importación. Asume los costes y riesgos, así como los impuestos que surjan de la transacción hasta antes de descargar la mercancía.

En segundo lugar, los incoterms relativos al transporte marítimo y fluvial son:

- FAS (Free Alongside Ship): el vendedor se hace cargo de los trámites de exportación y de los costes hasta dejar la mercancía en el puerto de carga. Este asume los costes y riesgos hasta antes de cargar la mercancía en el buque.
- FOB (Free On Board): el vendedor se hace cargo de los trámites de exportación y de los costes hasta dejar la mercancía en el interior del buque. Este asume los costes y los riesgos hasta que la mercancía esté cargada.
- CFR (Cost and Freight): el vendedor se hace cargo de los trámites de exportación y de los costes del transporte hasta antes de la llegada al puerto de destino. Sin embargo, asume los riesgos hasta que la mercancía se carga en el buque.
- CIF (Cost, Insurance and Freight): el vendedor se hace cargo de los trámites de exportación, y de los costes del transporte hasta antes de llegar al puerto de destino. En cambio, asume los riesgos hasta que la mercancía se entrega en el buque así como el seguro hasta que la mercancía llega al puerto de destino, antes de desembarcarla.

Estos términos determinan las obligaciones, los riesgos y los costes de cada una de las partes, lo cual implica que, en función del incoterm que se emplee, el emisor de la documentación que surja de cada transacción sea la parte que envía la mercancía o la que la recibe.

Por otro lado, de todas las fases por las que pasan las negociaciones y acuerdos comerciales, surgen documentos diversos y no se pueden definir en un tipo homogéneo. Debido a que dichas fases son numerosas, los traductores e intérpretes desempeñan su labor en diferentes modalidades y combinaciones lingüísticas, entre las que se encuentran, por ejemplo, la traducción de correspondencia e incluso la redacción de textos en un idioma determinado. En el ámbito empresarial, se tiende a delegar en el traductor todo lo relacionado con la comunicación interlingüística, aun cuando estas tareas sean administrativas o jurídicas. Por esta razón, debido a la confidencialidad que requiere, se suele evitar que las personas ajenas a la empresa o, incluso, los cargos superiores conozcan el contenido de dichos documentos (Mayoral Asensio, 2007).

Aguayo Arrabal (2013) llevó a cabo un estudio acerca del papel del traductor e intérprete en el marco del comercio exterior en el contexto geográfico particular de Andalucía. Para ello recogió los datos a través de entrevistas que llevó a cabo a cuatro sujetos que

formaban parte de las siguientes instituciones: el Departamento de Relaciones Internacionales de la Confederación de Empresarios de Andalucía, el Departamento de Comercio Exterior de Cámaras de Comercio de Andalucía y la dirección y el área de Comercio Exterior del Grupo Ingeniería y Gestión del Sur. Dichas entrevistas tenían el foco en la gestión de la traducción e interpretación en el comercio exterior de las pymes de Andalucía. En primer lugar, la autora pudo vislumbrar cuáles son los perfiles que se encuentran al frente de los departamentos de Comercio Exterior de las pymes andaluzas. Se trata de personas cuyos estudios se enmarcan en el ámbito empresarial, en el ámbito de la ingeniería, del derecho y de la traducción e interpretación. Estos últimos se consideran profesionales versátiles, capaces de adaptarse a las situaciones, pero sus resultados revelan que, si su formación se completara con estudios de comercio exterior, serían más idóneos.

Por su parte, Morón Martín (2016) explora los aspectos intra y extratextuales de los textos del comercio internacional, que se caracterizan por los siguientes rasgos: tienen un carácter intertextual al aunar diferentes lenguajes específicos en un único texto; son en muchas ocasiones documentos bilingües o multilingües; son internacionales, como por ejemplo en el uso de los incoterms, y son muy diversos. En el ámbito extratextual, esta autora hace hincapié en varios aspectos. En primer lugar, menciona la interculturalidad y diversidad a la hora de traducir los textos, ya que en los procesos de internacionalización hay que superar varias barreras culturales (por ejemplo, al traducir catálogos de productos o páginas web). En segundo lugar, esta autora afirma que en muchas ocasiones se ha empleado el inglés como lengua vehicular, lo que ha derivado en algunas malas traducciones y calcos. Por otra parte, otro de los aspectos extratextuales que subraya en la traducción de estos documentos consiste en que estos se pueden articular en el seno de un proyecto en el que los traductores actúen como gestores. Esta tarea hace que los traductores profundicen en la temática al tratar diferentes tipos de documentos, como los que surgen antes del negocio, los planes de diagnóstico, los catálogos o las propuestas de colaboración y los documentos específicos que surgen una vez se ha cerrado el acuerdo comercial, que son aquellos que se derivan, por ejemplo, del transporte o de los pagos. Los últimos elementos extratextuales que apunta esta autora se refieren a las nuevas competencias que deben adquirir los traductores como actores en el ámbito internacional a causa de las nuevas tendencias de posicionamiento de las empresas a escala internacional dentro de un marco de competitividad. También deben adquirir

competencias para la toma de decisiones a la hora de aceptar un encargo, de seleccionar la traducción idónea, la herramienta para abordar el encargo, los problemas de comunicación en el seno del equipo, la selección de una tarifa o la comunicación con el cliente.

El nacimiento de una visión más funcionalista de la traducción orientada a cuestiones socioculturales derivó de la traducción de textos que no fueran literarios. En el caso concreto de la traducción comercial, abundan la variedad terminológica y las fórmulas predeterminadas (Chiper, 2002). Los traductores de estos géneros, incluidos entre los que emplean la lengua con fines específicos por su especificidad de forma y contenido al enmarcarse en un campo concreto en el que los emisores y los receptores son expertos en la materia (Mogorrón Huerta y Mejri, 2012), deben tener un buen manejo de la lengua original y de la lengua meta, así como conocer el tema específico del texto que ha de traducirse y tener buenas habilidades de búsqueda documental (Chiper, 2002). Se trata de textos que incorporan elementos convencionalizados a nivel léxico y sintáctico y que tienen estructuras muy claras y estandarizadas. A pesar de esta alta estandarización, los traductores deben mediar entre las diferencias culturales que presentan estos textos cuando el emisor y el receptor pertenecen a países diferentes con lenguas y culturas distintas (Chiper, 2022).

3.2.1.2.3. Los tipos de documentos del comercio exterior

Socorro Trujillo (2008) aborda la tipología textual de los documentos mercantiles en el marco del comercio internacional y establece una clasificación a través de la cual divide los documentos en 1) informativos; 2) oficiales o administrativos; 3) de transporte (transporte y acompañamiento al transporte o de seguros); 4) financieros y 5) otras formas de contratación internacional. A continuación, en las tablas 1 a 8, se representan los géneros que integran esta clasificación, exceptuando las otras formas de contratación internacional que menciona la autora ya que se nombran de forma muy breve y hace más alusión al tipo de contratación (suministro, arrendamiento, cooperación empresarial) que a la descripción de los géneros que lo integran, como ocurre en los casos anteriores.

Documentos informativos

Estos documentos son aquellos que se intercambian entre el vendedor y el comprador en calidad de personas jurídicas.

Documentos informativos	Factura proforma	Contiene la información de las condiciones de la compraventa.
	Factura comercial	Especifica las cantidades, precios, condiciones de pago y entrega.
	<i>Packing List</i> / Lista de contenidos o de pesos	Describe las mercancías.

Tabla 1. Documentos informativos del comercio exterior (Socorro Trujillo, 2008)

Documentos oficiales o administrativos

A continuación, se presentarán los documentos oficiales o administrativos, que se dividen en documentos aduaneros (tabla 2) y documentos para-aduaneros (tabla 3). Los primeros integran los documentos para mercancía comunitaria y los documentos para mercancía de terceros países, y los segundos incorporan los documentos de acompañamiento sanitario y los documentos para el control de la calidad y el estado comercial.

Documentos para mercancía comunitaria	DUA	Documento Único Aduanero, que se emplea para el «cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias en las operaciones de exportación, importación o tránsito en la Comunidad Europea» (2008:55).
	Declaración sumaria	Documento «para el tráfico marítimo o aéreo en el que se incluye toda la información relativa a la mercancía descargada por un buque o aeronave en un puerto y en un viaje determinado» (2008:59).
	Declaración intrastat	Documento en el que figuran las operaciones intracomunitarias llevadas a cabo en un mes. En ella se recogen las facturas.
	DV1	Declaración de Valor en Aduana, documento con valor tributario que constituye la base tributaria para la liquidación de los derechos arancelarios a la importación.
	Certificado AGRIM	Certificado de importación para productos agrícolas, expedido por la Secretaría General de Comercio Exterior y que autoriza la importación dentro de un periodo de validez.
	Certificado CITES	Convenio Internacional de Especies Amenazadas de Flora y Fauna, que concede la licencia.
	Certificado AGREX	Certificado de exportación para productos agrícolas, expedido por la Secretaría General de Comercio Exterior y que autoriza la exportación dentro de un periodo de validez.

Documentos para mercancía de terceros países	Cuaderno ATA	Documento para la importación temporal de determinadas mercancías.
	Certificado de origen	Certificado que prueba la validación del origen de la mercancía.
	Factura consular	Documento estampado por el consulado del país importador en la nación exportadora.
	EUR 1 y EUR 2	Certificados de circulación de mercancías, que se emplea entre estados miembros de la Unión Europea con una serie de países (de la EFTA, mediterráneos, bálticos, etc.) para los que se aplica un trato preferencial.
	Modelo A / certificado SPG	Sistema de Preferencias Generalizadas, que permite la importación en la Comunidad Europea de mercancías de países de un grupo regional.
	Modelo APR	Documento empleado como certificado de origen en el marco del Sistema de Preferencias Generalizadas para las mercancías objeto de envíos postales.

Tabla 2. Documentos oficiales o administrativos del comercio exterior: documentos aduaneros (Socorro Trujillo, 2008)

Documentos de acompañamiento sanitario (animal y vegetal)	Solicitud de inspección	Se presenta en Sanidad Animal para importar o exportar.
	Documento Veterinario Común de Entrada (DVCE)	Se tramita en Sanidad Animal y en Sanidad Exterior.
	Documento de pago de tasas y declaración jurada	Sirve para optar a la reducción de impuestos (es exclusivo del Puerto de Las Palmas).
	Certificado de fumigación	Contiene el tipo de tratamiento de desinfección de plantas o productos agropecuarios de la mercancía
	Certificado fitosanitario	Hace constar la calidad de los productos en lo que a ciertos parásitos o enfermedades se refiere, sobre todo cuando se trata de frutas, plantas u hortalizas.
	Certificado de aflatoxina Certificado fitopatológico	Ambos documentos pueden ser requeridos en sustitución o como complemento al certificado fitosanitario con el mismo propósito que este.
Documentos para el control de la calidad y el estado comercial	Certificado de aceptación	Garantiza que el pedido y las mercancías coinciden.
	Certificado de análisis	Certifica que determinadas características de las mercancías se ajustan a lo acordado.
	Declaración de mercancías peligrosas	Documento que debe cumplimentar el cargador al expedir por vía aérea, marítima o terrestre mercancías que se consideren peligrosas.
	Certificado de inspección	Detalla las pruebas realizadas para comprobar el estado de las mercancías.
	Certificado de calidad	Presenta la selección, preparación y presentación de la mercancía.

Certificado SOIVRE	Servicio Oficial de Inspección, Vigilancia y Regulación Aduanera, que garantiza que, tras inspeccionar las mercancías, se reúnen las condiciones exigidas.
Informe de peritación, peritaje o inspección	Indica las consecuencias económicas de un siniestro con el fin de que la aseguradora indique la indemnización correspondiente.
Inspección de preembarque	Controla las exportaciones con destino a determinados países cuyos gobiernos exigen una inspección previa a su embarque.
Certificado casher	Acredita que las mercancías cumplen con lo exigido por la ley judía y que se expide para determinados productos que se exportan a Israel.
Certificado halal	Certifica que el producto cumple con la ley islámica
Certificado CAFI	Laboratorio de control de productos alimentarios le da el nombre al certificado que se puede exigir el comprador para comprobar la calidad de los productos.
Certificado Unificado de Exportación (DUE)	Formulario que simplifica los documentos del despacho de mercancías exportadas que se someten a inspección y control.

Tabla 3. Documentos oficiales o administrativos del comercio exterior: documentos para- aduaneros (Socorro Trujillo, 2008)

Documentos de transporte

En el transporte de mercancías por mar intervienen diferentes actores: el armador, el fletador, el exportador, el destinatario y los transitarios (Socorro Trujillo, 2019). Esta autora se basa en Force (2013) para definir a estas partes que intervienen y comenta que el armador es el propietario del buque mercante; el fletador, la persona que contrata el uso de la capacidad de carga del buque; el cargador, la persona que solicita que los bienes se transporten de un lugar a otro; el destinatario es quien recibe los bienes, y los transitarios son quienes gestionan el transporte en nombre del vendedor o el comprador, aunque también pueden intervenir otras partes.

A continuación, se presentan los documentos de transporte. En primer lugar, figuran los documentos de transporte marítimo, que se dividen en documentos anteriores al transporte, documentos que surgen durante el transporte y documentos posteriores al transporte.

Transporte marítimo	Anteriores al transporte	Aviso de impedimento de transporte	Señala que el transporte no se ha podido llevar a cabo.
		Nota de carga o de embarque	El transportista reserva, mediante este documento, cierta capacidad de carga al exportador.
		Recibo de transitario	En él el transitario afirma la recepción de la mercancía.
		Carga de indemnidad o garantía	El cargador lo envía al porteador contra conocimiento de embarque limpio.
		Manifiesto	Incorpora los datos obligatorios para el despacho aduanero.
		Recibo de embarque o de piloto	Con este documento «el Primer Oficial del barco confirma que la mercancía está a bordo» (2008:89)
		Recibo de a bordo	Documento provisional en el que el cargador confirma que ha embarcado la mercancía.
	Durante el transporte	Póliza de fletamento	Acuerdo «entre armador y fletador para la utilización o arrendamiento de un barco completo para un viaje, una serie de viajes o por un periodo de tiempo» (2008:90).
		Conocimiento de embarque	Documento que se origina a raíz de la póliza de fletamento y mediante el cual se acredita que la mercancía se recibió a bordo. Sirve como título de crédito para su entrega en destino. Hay quince tipos: <ul style="list-style-type: none"> - Al portador - Para utilizarse con póliza de fletamento - Sucio, que añade una cláusula acerca del estado deficiente de las mercancías o de su embalaje - Limpio - De retorno - De línea regular, que se emite cuando los buques no están fletados - Recibido para embarque, mediante el cual no se acredita el embarque, pero sí la recepción del porteador - Vencido o fuera de plazo - A bordo - Abierto, en el que no figura el nombre del destinatario - A la orden - Exterior - Conocimiento de lo embarcado - Carta de porte marítimo o conocimiento nominativo - Directo o corrido, en el que hay varios trayectos en los que intervienen diversos porteadores
	Posteriores al transporte	Aviso de llegada	Emitido por el porteador al consignatario para avisar de que se pone o pondrá la mercancía a su disposición en un punto concreto.
		Aviso de impedimento de entrega	Se avisa de la imposibilidad de entregar la mercancía.
		Orden de entrega	Con este documento se fracciona el cargamento de un conocimiento de embarque para diferentes receptores.

Tabla 4. Documentos de transporte marítimo en el comercio exterior (Socorro Trujillo, 2008)

Socorro Trujillo (2019) afirma que el transporte marítimo es el medio de transporte del 90% del comercio mundial. Guillot Farnós (2015) hace hincapié en los conocimientos de embarque y comenta que se trata de documentos que necesitan especial atención ya que resultan muy relevantes en este marco. En palabras de este autor (2015:137), «son emitidos y firmados por los consignatarios de buques como agentes de las navieras o de

los armadores que representan». En definitiva, reflejan la titularidad de la carga, pues desempeñan la función de contrato. Este autor señala que en ellos (2015:140) «se recogen las obligaciones y derechos de las partes y es la materialización del contrato de transporte, que no se concibe sin la emisión de este documento».

A continuación, se presentan los documentos relativos al transporte aéreo en el comercio exterior.

Transporte aéreo	Carta o conocimiento de embarque aéreo o carta de porte aéreo	Documento proporcionado por la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) como prueba del contrato de transporte.
	Guía de porte aéreo hija	Documento que «acredita cada envío individual de una mercancía consolidada» (2008:98).
	Guía de porte aéreo principal o guía de porte aéreo madre	Se emite cuando se agrupan varias mercancías en un único título.
	Manifiesto	Incluye los datos obligatorios para el despacho aduanero.
	Orden de carga	Cumplimentado por el responsable de la aeronave con el que afirma que se ha inspeccionado la carga.
	Hoja de carga	Documento «de transporte aéreo internacional que obliga a que en el despegue y en el aterrizaje la carga esté distribuida de manera que el centro de gravedad esté dentro de los límites estipulados» (2008:99).
	Hoja para mercancía con trato diferenciado	Dirigido al comandante debido a la naturaleza de la mercancía en caso de emergencia.

Tabla 5. Documentos de transporte aéreo en el comercio exterior (Socorro Trujillo, 2008)

En lo relativo a los documentos de transporte, se presentarán, por último, los que se corresponden a otros medios de transporte y los que acompañan al transporte (tabla 6), como son los seguros (tabla 7).

Otros medios de transporte

Fluvial	Conocimiento de embarque fluvial	Emitido por un porteador a favor de un cargador.
Por Carretera	Carta de porte por carretera	Documento que emite el transportista mediante el cual se prueba el contrato de transporte, así como el recibo de las mercancías.
	Cuaderno TIR	Documento de transporte por carretera internacional para aquellas mercancías cuyo transporte empieza o termina en la Comunidad Europea.
Por Ferrocarril	Carta de porte ferroviario o carta de porte CIM	Documento «justificativo del contrato de este sistema de transporte, que se emite en forma nominativa» (2008:100).
	Declaración TIF	Documento «internacional de tránsito por vía férrea» (2008:101).
Por correo postal	Recibo de paquete postal	Documento que acredita el envío de mercancías a través de paquete postal.
Régimen courier	Por courier	Documento relativo a envíos urgentes por vía aérea.
Transporte multimodal	Documento de transporte combinado, modal o multimodal	Surge cuando la mercancía pasa por diferentes medios de transporte o por diferentes empresas portadoras hasta llegar a su destino final, pero que se gestiona en un único contrato con el cargador.
	Recibo del capitán	Se emplea cuando la mercancía tiene que llegar a un puerto extranjero.

Tabla 6. Documentos de otros medios de transporte en el comercio exterior (Socorro Trujillo, 2008)

Documentos de acompañamiento al transporte (seguros)

Documentos de acompañamiento al transporte	Certificado de seguros	Documento «por el que un asegurador da fe de la existencia de ciertas coberturas sobre un determinado bien o persona» (2008:104).
	Contrato o póliza de seguro	Documento que recoge las condiciones generales, particulares y especiales.
	Certificado de averías o informe de inspección o peritaje	Documento emitido por un perito o comisario de averías donde detalla un siniestro y cómo afecta a la mercancía.

Tabla 7. Documentos de acompañamiento al transporte en el comercio exterior (Socorro Trujillo, 2008)

Documentos financieros

Por último, se presentan los documentos financieros, que se dividen en documentos de declaraciones de transacciones en el exterior entre residentes y no residentes y en medios de pago.

Declaraciones de transacciones en el exterior entre residentes y no residentes	Documentos DD	DD1	Declaración «de apertura o cancelación de cuentas en el exterior» (2008:109).
		DD2	Declaración «de movimientos de cuentas abiertas en el exterior» (2008:109).
		DD2 bis	Declaración «de movimientos de cuentas abiertas en el exterior» (2008:109).
	Documentos PE y C	PE1	Documentos relativos a la «recepción y presentación de préstamos y dinero entre residentes y no residentes» (2008:109).
		PE2	
		PE3	
		PE4	
		CC1	
		CC2	
	Documentos B	CP1	
B1		Documentos para movimientos de dinero en metálico.	
B3			
Medios de pago	Aviso de aceptación o cobro		
	Aviso de impago		
	Aviso de pago		
	Solicitud de crédito documentario		
	Cheque bancario		
	Transferencia bancaria u orden de pago		
	Letra de cambio		
	Cheque personal o talón		
	Tarjeta de crédito		
	Crédito documentario		
	Remesa documentaria		
	Efecto de comercio		
	Garantía o aval bancario		
	Orden de pago		
Pagaré			
Remesa simple			
Billete			

Tabla 8. Documentos financieros (Socorro Trujillo, 2008)

No todos los documentos mencionados de las categorías de documentos informativos, documentos oficiales o administrativos, documentos de transporte y documentos financieros suponen la misma complejidad al ser traducidos ni se traducen con la misma frecuencia. En algunos casos, se trata de formularios que solo tienen que cumplimentar sus usuarios y, en otros, de textos extensos redactados por completo, como los contratos. Una característica especial es la normalización que existe en las cláusulas contractuales, por ejemplo, en los seguros y en el transporte, en la mayoría de los casos, por problemas de espacio en los formularios (Mayoral Asensio, 2007).

Además de los documentos presentados, cabe mencionar que existen otros documentos que pueden surgir a la hora de presentar una reclamación o demanda a raíz del transporte

de la mercancía por vía marítima. De acuerdo con Socorro Trujillo (2019), estas reclamaciones o demandas se deben efectuar al transportista o a la compañía de navegación, aunque se debe notificar también al asegurador y a la empresa de transporte. En ocasiones, los responsables de las pérdidas o daños pueden ser terceras partes que intervienen en el proceso, como, por ejemplo, las autoridades aduaneras. A la hora de iniciar un procedimiento de reclamación, es necesario presentar una serie de documentos que informen de los detalles de la pérdida o el daño. Socorro Trujillo (2019) se basó en Branch (1984), Borown (1989), Mishra y Mishra (2016) y Pujol Bengechea (2000) para describirlos. Los documentos que se exijan dependerán del tipo de bienes o de otros factores. Se trata principalmente de los siguientes: póliza de seguro original o certificado de seguro, conocimiento de embarque, certificado de reconocimiento del daño o pérdida, factura original y lista de contenidos, contrato de compraventa, protesta de mar, carta de subrogación, certificado de recepción del buque, informe de daños en el contenedor, hoja de recuento, confirmación por escrito del transportista de la no entrega de la mercancía y atestado policial. Esta aportación de Socorro Trujillo (2019) se llevó a cabo con posteridad al diseño del estudio central de la presente tesis, por lo que no se contemplan en la investigación. Sin embargo, como veremos más adelante, las respuestas de los sujetos fueron de ayuda para averiguar también que los documentos que más se traducen no van en la línea de los procedimientos de reclamación.

3.2.1.2.4. Otros tipos de documentos que intervienen en la actividad del comercio exterior

A continuación, se detallarán otros tipos de documentos que no son exclusivos de la actividad comercial en el ámbito internacional, pero que sí intervienen en dicha actividad: los folletos publicitarios y los anuncios, por un lado, y los informes técnicos, por otro.

En primer lugar, como forma principal de promoción empresarial, la publicidad permite informar y persuadir al receptor y favorece que este recuerde el producto o servicio en cuestión. De forma general, la función que predomina en la publicidad es la función apelativa ya que lo que se persigue con ella es que el destinatario lleve a cabo una acción determinada, como la compra de un producto (Cruz García, 2017). Según Zhang (2016), el TM debería reflejar el contenido del mensaje original y cumplir la misma intención, que es lograr la venta del producto o servicio, lo que afecta a los planos semántico, estilístico, cultural y comercial del mensaje original. Por ello, comenta, la traducción de

la publicidad se debe orientar a la cultura meta, para que el efecto persuasivo se produzca con éxito y derive en compras internacionales. La mejor estrategia es familiarizarse con la cultura meta y adaptar la traducción a su estilo y cultura.

En esta línea, el folleto publicitario es un tipo de documento que ocupa una parte considerable del presupuesto que se destina al *marketing* de las empresas de bienes de consumo (Gázquez-Abad y Martínez López, 2012). Estos documentos pueden estar presentes en diferentes ámbitos, como el turístico (Martínez Ruiz et al., 2010), el sanitario (Durand Guiziou, 2003) o el comercial (Mayor Serrano, 2005).

En el ámbito del comercio, Martínez Ruiz et al. (2010) sostienen que son documentos que pueden derivar en un aumento en las ventas siempre que la comunicación que emita el distribuidor tenga el alcance suficiente. Otros factores, como la atención al cliente, los servicios adicionales, la atmósfera, el surtido o las marcas propias, pueden determinar que un posible comprador elija un establecimiento u otro y, en esta valoración que hacen los clientes, pueden intervenir e influir los folletos publicitarios que, además de mostrar las promociones disponibles, funcionan como herramientas que simplifican las búsquedas de los compradores.

De acuerdo con Gázquez-Abad y Martínez López (2012), que se basan en Schmidt y Bjerre (2003) y en Gázquez Abad et al. (2007), en el ámbito del comercio, estos documentos tienen unas características concretas: tienen una distribución regular, despersonalizada, a la que el consumidor (ya sea un particular o una empresa) puede acceder fácilmente. Además, cuentan con una «presencia mínima de 100 referencias», su contenido, de al menos cuatro páginas, incluye principalmente las «secciones de alimentación y droguería» (Gázquez-Abad y Martínez López, 2012:125) y le dan cada vez más peso a visibilizar su marca propia o la del distribuidor.

Por su parte, de acuerdo con Valdés Rodríguez (2018:78), «la traducción de anuncios forma parte de algunas de las estrategias de comunicación adoptadas por las empresas», aunque conlleven dificultades como la traducción de aspectos culturales o del humor. Para ello, el traductor deberá conocer la cultura de los receptores de la traducción, que incluye factores como «la apreciación de los consumidores de un producto en particular» (Valdés Rodríguez, 1999:135) ya que la traducción de los anuncios puede repercutir de forma positiva o negativa en las decisiones de compra de sus posibles consumidores en la lengua meta (Catrain González y Duque, 1995).

En un estudio realizado en colaboración con la Cámara de Comercio de Gran Canaria, una muestra reducida de empresas canarias reflejó que los documentos relativos a la información sobre productos o servicios, como pueden ser los folletos publicitarios o los anuncios, son los documentos que más necesitan traducir para llevar a cabo su actividad internacional con países africanos (Álvarez Díaz y Adams, 2021); de ahí que sean documentos que se contemplan en el presente estudio.

Con respecto a los textos técnicos, de acuerdo con Gamero Pérez (2001:38), se corresponden con la siguiente definición:

Acto concreto de comunicación en el que los emisores son ingenieros, técnicos o profesionales; los receptores son otros ingenieros, técnicos, especialistas en formación o público general; la situación comunicativa está relacionada con la industria, la explotación agrícola, la fabricación de productos o la oferta de servicios; el foco predominante es la exposición o la exhortación; el modo generalmente escrito; el campo es de carácter exclusivamente técnico, de acuerdo con los epígrafes 31 y 33 de la Nomenclatura Internacional de la UNESCO; presenta escasa variedad en cuanto a dialectos temporales, geográficos e idiolectos; y sus rasgos intratextuales son muy variados y están determinados fundamentalmente por las convenciones del género como categoría semiótica.

Estos tipos de texto tienen un «carácter aplicado e instrumental, centrado en aprender a hacer cosas o resolver problemas concretos» (Franco Aixelá, 2015:5). Aunque principalmente se trate de documentos que muestran cómo hacer funcionar un aparato (2015), como manuales de operación de máquinas, entre ellos se encuentran los informes técnicos (Eres Fernández y Flavián, 2009) y los certificados técnicos, que se emplean con mayor frecuencia en empresas que prestan servicios (Gamero Pérez, 2001). Presentan una normalización en su terminología, un carácter objetivo que conlleva un lenguaje expositivo y una arbitrariedad terminológica adoptada por los integrantes de la comunidad científica de cada disciplina (Campos Martín, 2008).

La traducción de estos informes, que se enmarca en la disciplina de la traducción científico-técnica, puede ser «de vital importancia en la transmisión e intercambio de conocimientos a escala universal, proceso necesario para el desarrollo de la sociedad postindustrial», de acuerdo con Congost Maestre (1994:9). Además, según esta autora, es necesario conocer el contexto situacional y cultural de los destinatarios de la traducción y prestar especial atención a cuestiones como el registro, la intención del texto, la función del texto y el marco de la traducción, que es el medio en el que se va a encontrar el texto traducido.

3.2.1.2.5. Traducción de la correspondencia comercial y de otras formas de comunicación

En el presente apartado se tratará fundamentalmente la correspondencia comercial, que se divide en dos subapartados: las cartas y el correo electrónico. Se prestará especial atención a las características comunes de estos dos tipos de documentos, a los distintos tipos de correos electrónicos y a las características de los correos electrónicos personales con carácter profesional. Por último, se tratarán los distintos tipos de mensajería móvil, concretamente a través de SMS y WhatsApp.

3.2.1.2.5.1. Correspondencia comercial: las cartas

La correspondencia comercial «funciona como instrumento de comunicación entre dos empresas establecidas en países diferentes y de la que dependerá que un contrato o compraventa se impulse o no» (Socorro Trujillo, 2012:301). Forma parte del proceso de negociación de un acuerdo comercial, que tiene varias fases. Antes de que surjan los documentos mercantiles, las partes implicadas (que proceden de países diferentes) se comunican generalmente mediante correspondencia (la carta comercial o el correo electrónico), gracias a la cual llegan al acuerdo comercial con más seguridad. Por ello, «la correspondencia comercial es un factor insustituible para el progreso económico» (Socorro Trujillo, 2012:307). Hay cartas de diferentes tipos, de acuerdo con esta autora, que presentan unas características comunes, pero que tienen diferentes finalidades: agradecer, reclamar, confirmar, solicitar, etc.

La comunicación escrita tiene lugar entre individuos de entornos sociales muy definidos, por lo que es necesario conocer las normas que marcan su cultura y las convenciones de sus géneros textuales. Concretamente, la correspondencia comercial es el primer paso hacia el establecimiento de acuerdos entre empresas, lo que significa que cuando una empresa pretende alcanzar nuevos mercados, se deben conocer a la perfección las convenciones culturales del destinatario. La mayoría de las cartas comerciales surgen cuando una de las partes pide algo a la otra parte, generalmente porque ha visto en algún soporte (Internet, catálogos u otros) algo que le puede interesar, según Fuertes-Olivera y Nielsen (2008). Si bien el estudio de estos autores no contempla los posibles cambios que puedan haberse producido tras el auge de los correos electrónicos y otros medios de comunicación digital, sí ofrece los resultados de una comparación entre las cartas en inglés y en español, del que destacan los siguientes aspectos:

- El saludo en una carta de este tipo es formal (*dear*, que muestra cercanía, en inglés y *estimado*, que marca cierta distancia, en español).
- El cuerpo de la carta incorpora el tema en cuestión. Se trata de una solicitud de información, de muestras o de un pedido, entre otros. La mayoría de las veces se suele empezar comentando cómo se ha conocido la empresa del destinatario. En inglés se tiende a acercar más la relación con la otra parte (*thank you for sending us your brochures*), mientras que en español ocurre lo contrario: se marca más distancia (*acuso recibo de su catálogo y le agradezco su pronta atención*).
- Para hacer una solicitud en inglés se tiende a utilizar *we would be grateful if you could send us*, mientras que en español se sigue marcando la distancia, según comenta este autor, para indicar que se necesita un tiempo antes de embarcarse en relaciones comerciales cerradas (*le ruego que sirva remitirnos*).
- Los patrones sintácticos en ambos idiomas son diferentes, aun mostrando las mismas funciones semánticas.
- El cierre en inglés tiende a agradecer de antemano al destinatario de la carta comercial (*thank you in advance*), mientras que en español se tiende a pronunciar expresiones como *cordialmente*, *quedo a la espera de su respuesta*.

En general, la correspondencia comercial incorpora características de cortesía de índole intralingüística e interlingüística y por ello es necesario tener en cuenta factores pragmáticos. En el entorno comercial al que nos referimos, es necesario mostrar cortesía para establecer relaciones de éxito y comunicar el contenido de manera que no ofenda a alguna de las partes. Para ello, se debe considerar la cultura, entre otros aspectos, y es necesario, por ello, contar con expertos en este ámbito, como son los traductores (Fuentes-Olivera y Nielsen, 2008).

En el ámbito comercial, la correspondencia es necesaria para comunicar cuestiones muy diversas, que Fontenay (1996) clasifica según el tipo de acción que se esté llevando a cabo en la empresa o en función del personal al que afecte. Algunas de estas cuestiones son, por ejemplo:

- La compraventa, las condiciones de venta, etc. pueden dar lugar a cartas donde se indiquen las condiciones de venta o los pedidos.
- La facturación, la contabilidad, etc. pueden generar cartas de reclamación o cartas que acompañen documentos bancarios.

- La entrega, el transporte y las reclamaciones pueden requerir cartas de reclamación, cartas donde se detalle el precio del transporte o donde se avise de una entrega.
- La creación o liquidación de una empresa, la publicidad o los catálogos pueden originar cartas donde se indique la creación de una nueva sucursal, un cambio de dirección postal, la creación de un nuevo producto o el aviso de la subida o bajada de precios.
- Los empleados, empleadores, contratos, etc. pueden motivar cartas de candidatura, cartas que acompañen a un contrato, una carta de dimisión, un curriculum vitae, etc.

Los breves ejemplos citados son solo una pincelada de la gran cantidad de elementos que se pueden comunicar, según esta autora, en la actividad diaria de una empresa.

3.2.1.2.5.2. El correo electrónico

Ya Laborda Gil (2003) estimaba que el correo electrónico abarcaba un 70% de la información que circulaba por Internet. Algunas de sus características principales son, por una parte, la presencia del «asunto», que resume lo que se enunciará posteriormente en el cuerpo del mensaje y que puede servir para captar la atención del receptor, y, por otra, la capacidad de transmisión de grandes volúmenes de información en el propio cuerpo del mensaje o como documentos adjuntos. Se aconseja que estos últimos se enuncien en el propio mensaje algo que «es similar a ciertos envíos postales a través de cartas» (2003:9), cuando dentro del mismo sobre de la carta figuran otros documentos, como nóminas.

Laborda Gil (2003) añade que, como firma, el emisor suele incorporar una tarjeta personal con sus datos y que, a pesar de que el mensaje nos llegue a través de una pantalla, quien lo recibe no está autorizado a divulgarlo ni a considerarlo como algo propio pues, al igual que las cartas, pertenece al redactor de forma exclusiva. Entre este y el destinatario puede haber una relación más o menos cercana, lo que determinará el trato de usted, para marcar distancia y cortesía, o el tuteo, que señala cercanía.

El correo «busca la inmediatez y carece de la premeditación epistolar de antaño» (Laborda Gil, 2003:19) y ha sustituido con el tiempo a la carta por la inmediatez que supone en las comunicaciones entre las partes (Siguan, 2003). Al contrario que ocurría con las cartas,

el correo, precisamente por esa inmediatez que lo caracteriza, trata cuestiones de temas concretos y es menos personal. Las cartas permitían al escritor y receptor gozar de una mayor intimidad (Siguan, 2003).

Las cartas y los correos electrónicos comparten el discurso epistolar a pesar de ser dos géneros diferentes. Según López Alonso (2006), ambos comparten estas características:

- La organización paratextual: en ambos casos aparecen «nombre, dirección, remitente y texto» (2006:2).
- La organización enunciativa: existe una interacción entre los participantes y, por ello, se mantiene la estructura de «un encabezamiento, un texto, un cierre y una firma» (2006:2).
- Esquema interactivo: la transferencia de información en un espacio virtual de conversación con un objeto (carta o correo) de por medio entre participantes.
- Equivalencia funcional: el fin principal es enviar a alguien una información.

A continuación, se presentarán los diferentes tipos de correo electrónico, que se dividirán, de acuerdo con López Alonso (2006), en mensajería en régimen de correspondencia y en mensajería sin respuesta. En los primeros, existe un intercambio entre los participantes, mientras que en los segundos el mensaje es unidireccional. Ambos tipos de correos electrónicos pueden surgir en el ámbito comercial, si bien en la actividad que nos ocupa prima el correo personal con carácter profesional, en el que existe un intercambio entre interlocutores para, por ejemplo, llevar a cabo una transacción comercial.

Tipo de correo electrónico	Características
Correo personal	Es una comunicación que involucra a dos o más personas que tratan un tema particular.
Correo profesional	Se usa en el ámbito laboral, entre dos o más personas y con un carácter privado o semipúblico.
Correo institucional	Se trata de «mensajes de carácter oficial y público de intercambio entre una institución y miembros de esa institución o entre instituciones» (2006:4).
Correo comercial	Se emplea para obtener como respuesta el consumo de un producto o servicio del cual se envía la información.
Correo publicitario	Es el envío de publicidad autorizada o no (<i>spam</i>).
Correo de listas	Incluye el envío a varios remitentes que tienen intereses comunes.
Mensajes de cadenas de reenvío	Tienen contenidos y documentos muy variados. Los receptores se conocen, no son los autores del mensaje y tienen un contenido público que incorpora mucha información.

Tabla 9. Mensajería en régimen de correspondencia (López Alonso, 2006)

Tipo de correo electrónico	Características
Listas de distribución	Correos con información de carácter general.
<i>Spam</i>	Mensajes que no se solicitan y cuyos emisores captan a los destinatarios de forma fraudulenta. Resultan molestos.
Mensajes generados automáticamente	Los mensajes los generan programas específicos para que el receptor tenga un equivalente a un resguardo, por ejemplo, de una compra o de una suscripción.
Postales virtuales	Cumplen la función de una postal tradicional.

Tabla 10. Mensajería sin respuesta (López Alonso, 2006)

Si nos centramos en el correo electrónico personal con carácter profesional, que es el ámbito que nos compete en esta investigación, hay una serie de características, comentadas por López Alonso (2006), que lo diferencian de los demás tipos de correo electrónico redactados en español:

- En la forma, existe una organización espacial a través de la pantalla.
- La función informativa permite que haya dos tipos de interacciones en función del mensaje: sin respuesta (por haber recibido una mera información) o con intercambio (si el emisor busca la interacción del receptor).
- Tiene una estructura relativamente fija, como muestra la tabla 11:

Partes del correo electrónico	Tipo
Apertura	Formal (querido/a, estimado/a)
	Oralizado (hola)
	Familiar (por favor, me urge que...)
	Sin encabezado (sí, iré)
Cierre	Formal con firma (atentamente, C)
	Formal sin firma (un saludo)
	Fórmulas de cortesía orales (hasta luego, hasta pronto)
	Sin despedida y sin firma
	En suspenso con explicaciones (veremos)
	Nombre y dirección profesional completa del emisor (el cierre más común)
Desarrollo temático	Depende de la función del texto y del léxico empleado

Tabla 11. Estructura de un correo electrónico personal de carácter profesional en español (López Alonso, 2006)

- Los participantes «construyen una situación de enunciación», «identifican las relaciones entre los sujetos», «negocian progresivamente el universo referencial

del contenido del texto» y «gestionan el tipo y orden de la interacción a partir de ciertas normas que corresponden a las competencias que el sujeto tenga en este género discursivo» (López Alonso, 2006:11).

- En cuanto a la lengua y el estilo, esta autora (2006) afirma que se trata de textos concisos, claros, correctos y completos. Han evolucionado y marcado su propio estilo. Contienen un diálogo, un contexto, un vocabulario concreto, una apertura y un cierre, una temporalización en presente y efímera que ofrece información mediante la comunicación entre sujetos.

3.2.1.2.5.3. La mensajería móvil: SMS y WhatsApp

Si bien la llegada del correo electrónico permitió romper las barreras físicas y construir, así, nuevas relaciones sociales, la llegada de los SMS y de WhatsApp resultó ser todavía más patente.

A medida que los medios de comunicación avanzan, estos pasan a ser cada vez más rápidos, flexibles y polivalentes para poder satisfacer así las necesidades comunicativas de sus usuarios, según Larrea Muxika (2012). De acuerdo con este autor, según expuso en su estudio llevado a cabo en el año 2012, nos encontramos en una sociedad que cambia constantemente y en la que las nuevas tecnologías tienen bastante protagonismo y están al alcance de cada vez más personas.

En esta línea, el autor afirma que los mensajes a través de SMS, cuyo código es escrito, permiten que exista cierta interacción entre los participantes de la conversación, que se encuentran, por lo general, en un entorno lúdico, aunque se trata de una forma de comunicación empleada frecuentemente para hacer promociones comerciales. Su lenguaje es más reducido y su código se acerca al lenguaje oral. Larrea Muxika (2012) incide en el hecho de que en los SMS se combinan expresiones en distintos idiomas debido a la globalización, por la que cada vez son más habituales los contactos entre las distintas lenguas. En su estructura, y en relación con otros tipos de soportes de comunicación que hemos mencionado anteriormente, este autor (2012:188) también afirma que los mensajes SMS «constan de tres partes: una introducción o saludo, el cuerpo del mensaje o contenido y la despedida (saludo final, ruego, deseo...)».

En el año 2009 nació WhatsApp (Vaqueiro Romero, 2015), otro sistema de mensajería móvil, que plantea diferencias significativas con respecto a los mensajes SMS (Cassany

et al., 2019). Desde su creación, el envío de SMS disminuyó considerablemente (Church y de Oliveira, 2013). De acuerdo con Andújar-Vaca y Cruz-Martínez (2017:44), WhatsApp, así como otras aplicaciones similares, ofrecen «de forma gratuita mensajería de texto, voz e imágenes a través de Internet». Su adquisición por parte de Facebook (ahora META) por unos 20 mil millones de dólares estadounidenses en 2014 fue la mayor compra por parte de empresas tecnológicas hasta ese momento (Deutsch, 2022). Como consta en la web oficial de WhatsApp, en el año 2020, «más de dos mil millones de personas en más de 180 países» hacen uso de la aplicación WhatsApp, que «nació como una alternativa a los mensajes SMS». Otras aplicaciones similares son Viber, Telegram, Line, Signal, Cyphr o Messenger.

Como se indica en su sitio web, este gigante de la comunicación llamado WhatsApp, a diferencia de los SMS, permite a sus usuarios el envío de mensajes de texto en tiempo real tanto a individuos como a grupos, sin coste alguno, pero con la necesaria conexión a Internet en el dispositivo en el que se esté utilizando. Además de enviar mensajes, WhatsApp permite también enviar información de la ubicación, imágenes, vídeos y documentos, entre otros (Church y de Oliveira, 2013) y, desde hace unos años, hacer llamadas y videollamadas. Además, proporciona la información acerca de la última hora a la que se conectan los usuarios, de cuándo están en línea y de cuándo están escribiendo.

Según Church y de Oliveira (2013), lo que hace que WhatsApp tenga tantos usuarios es la influencia social que acarrea. Estos autores enuncian que «the nature and intent of WhatsApp messages tend to be more social, informal and conversational in nature, while SMS is seen as more privacy preserving, more formal and generally more reliable» (2013:361). Es decir, consideran que el uso del SMS implica un grado de formalidad y fiabilidad superior al del WhatsApp.

Sin embargo, desde el año 2018, existe WhatsApp Business, que permite que las empresas, en su mayoría de tamaño reducido, se comuniquen con sus clientes, compartan sus catálogos de productos y servicios y que envíen respuestas rápidas y automáticas para optimizar el tiempo de diálogo.

Como apunte en el marco de este estudio en el que se pretende conocer el tipo de soporte que sirve de comunicación en mayor medida entre los empresarios canarios y los africanos en sus relaciones comerciales, se hace necesario tener en cuenta la situación de África en lo que respecta a la conectividad a Internet.

De acuerdo con Google y la Corporación Financiera Internacional del Grupo Banco Mundial (2020:11),

Internet access is transforming the African continent. Since 2000, the number of people with Internet access has grown to over 520 million, or 40% of the population; and 60% of the population accesses the Internet via mobile. Increasing Internet access to reach 75% of the population could create 44 million jobs.

Además, según esta fuente, se espera que el número de usuarios aumente un 11% durante esta década pues, desde 2019, el 78% de la población tenía Internet con conexión 3G en el móvil y el 54% tenía, además, 4G. Con los avances en las instalaciones de fibra óptica, no solo aumentará la población que tenga acceso a Internet en sus dispositivos móviles, sino también la velocidad de navegación.

Por otra parte, según Statista Inc. (2022a), un portal web de estadística internacional, el principal uso que se da de los teléfonos móviles en África es social y los usuarios son, en su mayoría, personas con edades comprendidas entre los 24 y 35 años. Además, según esta fuente (2022b), la región global compuesta por África y Oriente Medio supone la segunda región del mundo que más emplea WhatsApp, después de Latinoamérica, aunque se trata de datos que podrían variar en el futuro ya que, en julio de 2021, se creó «Supfrica, el WhatsApp africano», de acuerdo con Rodríguez (2021). Esta autora explica que se trata de una aplicación de mensajería móvil similar a la de WhatsApp que se diseñó con especial atención a las características de su población, que, en muchos casos, habita zonas rurales donde apenas se alcanza conexión 2G.

3.2.2. La interpretación

De acuerdo con Pöchhacker (2004:11), «interpreting is a form of Translation in which a first and final rendition in another language is produced on the basis of a one-time presentation of an utterance in a source language». Según este autor, se trata de un servicio, profesional o no, que permite la comunicación entre dos partes a través del cual se elimina la barrera lingüística y cultural al momento; es decir, de manera inmediata, ya que la recepción del discurso solo se produce una vez y se debe hacer una reproducción de dicho discurso en otra lengua en un tiempo limitado y sin posibilidad de hacer correcciones. En una publicación posterior, el mismo experto (2015) afirma que este carácter efímero de la interpretación pone de relieve que quien desempeña la tarea sea un humano. Se pueden requerir servicios de interpretación en una gran variedad de situaciones comunicativas en las que el tipo de interacción determina la modalidad de

interpretación que se va a emplear, como, por ejemplo, la interpretación consecutiva o la interpretación simultánea (que se incluyen en la interpretación de conferencias) o la interpretación de enlace (que suele surgir en entornos de diálogo interpersonal), como explica este autor. Estas son fundamentalmente las modalidades de interpretación que se tratarán en el presente estudio. Aunque tradicionalmente estas se han desarrollado principalmente de manera presencial, la interpretación de forma remota ha cobrado mayor presencia durante los últimos años al permitir trabajar a los intérpretes de manera no presencial en distintas modalidades.

Este apartado se organizará de la siguiente manera: en primer lugar, se procederá a describir un recorrido histórico de la interpretación; a continuación, se tratarán las distintas modalidades (interpretación consecutiva e interpretación simultánea dentro de la interpretación de conferencias, así como la interpretación de enlace); posteriormente, se describirá el proceso de interpretación y, después, las competencias del intérprete, haciendo hincapié en las competencias específicas de cada modalidad; seguidamente, se profundizará en las situaciones o contextos en los que se prestan servicios de interpretación, con una clara distinción entre los servicios públicos y el mercado privado y con un apartado sobre la interpretación remota.

3.2.2.1. Recorrido histórico

Con este recorrido, destacaremos algunos de los principales hitos documentados de la interpretación desde la prehistoria hasta la actualidad. De acuerdo con Baigorri-Jalón (2015), la interpretación ha existido desde tiempos prehistóricos para permitir la comunicación oral entre personas que no hablan el mismo idioma y se trata de un oficio que formaba parte de las siete clases en las que se dividía la sociedad egipcia. Asimismo, apunta que en la antigua China los intérpretes participaban en la redacción de los archivos históricos de la mano de los historiadores, un hecho que se reprodujo en otras civilizaciones a lo largo de los años y que requería de los intérpretes una labor posterior de redacción de diversos tipos de documentos, como comunicados o acuerdos. En la época de las cruzadas, entre 1096 y 1291, también se requería de personas bilingües que hicieran las veces de intérpretes ya que la variedad de culturas, religiones y lenguas era significativa a medida que se atravesaban las distintas fronteras. Tras ocupar la península ibérica, los cristianos comenzaron su expansión hacia las costas del norte y oeste de África, un hecho que implicó la necesidad de contar con intérpretes en el ámbito

comercial, entre otros, lo cual incluía el tráfico de esclavos. Al poco tiempo, en 1492, Cristóbal Colón contó con un intérprete en su intento de llegar a China y Japón y fue en la América colonial donde las autoridades crearon las Leyes de Indias, acerca de la labor de los intérpretes, por las que se establecía que estos profesionales tenían que estar presentes en todos los procesos legales, audiencias y visitas a prisión.

Este autor también señala que posteriormente, entre los siglos XV y XX, las relaciones entre los países de Europa Occidental y el Imperio otomano requirieron de la labor de intérpretes, que en esa época se conocían como «dragomanes», en lo público y privado, y tanto en negociaciones diplomáticas como en la agilización de procesos comerciales.

Asimismo, en la conquista de México por parte de Hernán Cortés, en el siglo XVI, destacó el papel de Malinche, una mujer que desde niña era bilingüe y empleaba lo que hoy en día se conoce como relé, una técnica que se describirá más adelante, ya que hacía el trasvase de información de maya a náhuatl tomando como discurso original el del intérprete de español a maya (Jerónimo de Aguilar), lo cual permitía la comunicación entre hablantes de español (Hernán Cortés) y de náhuatl a través del maya como lengua de relé (Karttunen, 2015).

En este mismo periodo, durante la Inquisición, en España confluyeron distintas lenguas, como afirma Sarmiento-Pérez (2016). Este autor señala que se requería de la labor de intérpretes en distintas esferas de la sociedad (con la población judía, con los moriscos, los hablantes de otras lenguas de la península ibérica y Sicilia, con la población indígena, con los esclavos africanos y con la población protestante) y en diversas situaciones comunicativas (visitas a barrios, barcos, conversaciones espontáneas o reducciones de protestantes al catolicismo y juicios). Asimismo, apunta, citando a Carrasco Pérez de Abreu (2008), que intervenían varios miles de intérpretes de distintas clases sociales: «from respectable members of religious orders to Indian or African slaves, including traders, sailors, artists, consuls and even children who helped their parents» (Sarmiento-Pérez, 2016:68).

En Europa, en el Congreso de Viena de 1814, mediante el cual se perseguía restablecer las fronteras de Europa tras la derrota de Napoleón Bonaparte y poner orden en las ideologías políticas del Antiguo Régimen, también se contó con la labor de intérpretes, en su mayoría de francés (Baigorri-Jalón, 2014). Durante ese siglo, el papel de los intérpretes fue crucial a la hora de cerrar acuerdos bilaterales, donde quienes se

beneficiaban mayoritariamente eran los grandes poderes europeos, lo cual permitió consolidar nuevas repúblicas en América y colonizar África (Lawrance et al., 2006).

Por otra parte, a finales del siglo XIX, los intérpretes se volvieron indispensables en las oficinas de inmigración de los Estados Unidos a causa de la gran llegada de inmigrantes (Baigorri-Jalón, 2015), un momento que coincide con la celebración de la Primera Conferencia Panamericana, entre 1889 y 1890. Se estima que en ese momento se originó la interpretación de conferencias ya que los intérpretes agilizaban el intercambio de opiniones entre hablantes de distintas lenguas, lo cual requería de estos profesionales un conocimiento perfecto del tema tratado, una buena memoria y la capacidad de expresar el discurso de forma correcta y precisa sin dejar ningún punto sin tratar (Baigorri-Jalón, 2015 citando a Romero, 1890). La interpretación de conferencias continuó desarrollándose a lo largo del siglo XX, primero en modo consecutivo (Baigorri-Jalón, 2015).

La Conferencia de Paz de París, en el año 1919, después de la Primera Guerra Mundial, y en la que participaron 32 estados, tuvo como resultado «la redacción del Pacto de la Sociedad de Naciones y la negociación del Tratado de Versalles» (Baigorri-Jalón, 2000:10). En aquel entonces el servicio de interpretación se improvisaba, y el intérprete ejercía su función en diferentes modalidades: «la consecutiva larga, para la cual necesitaba tomar notas [...], la consecutiva corta, cuando le tocaba traducir sin tomar notas algunos trozos de conversación [...] y la traducción a la vista de documentos» (2000:44), además de la susurrada. Se trata, además, de la primera conferencia multilateral en la que se empleó fundamentalmente la interpretación consecutiva en dos lenguas oficiales (inglés y francés) y cuyos profesionales carecían de una formación específica al respecto y trabajaban por la necesidad de alcanzar estos acuerdos tras la Primera Guerra Mundial. En cuanto al subsiguiente periodo de entreguerras, Baigorri-Jalón (2000:142) afirma que

puede calificarse como el del esplendor de la consecutiva, que fue la modalidad que se empleó de forma exclusiva en los organismos internacionales, con excepción de los ensayos de la simultánea. La idea principal es que el intérprete esperaba a que el orador hubiera concluido su discurso antes de empezar a hacer la transposición al otro idioma, pero [...] no todas las formas de interpretar en consecutiva eran idénticas, puesto que los intérpretes tenían que adaptarse a las características de cada tipo de reunión.

Entre la Primera y la Segunda Guerra Mundial, tuvo su esplendor la interpretación consecutiva; sin embargo, a partir de la década de 1920 se comenzaron a implementar

sistemas de interpretación simultánea, que permitían ahorrar tiempo y ganar espontaneidad (Baigorri-Jalón, 2015). Este autor afirma que los primeros experimentos tuvieron lugar en la Sociedad de Naciones, en 1926, donde se intentó trabajar en modalidad de interpretación simultánea, pero por la confusión que provocaba en los delegados el uso de auriculares, el desfase en el discurso, los errores de traducción y la falta de personal formado en interpretación no se implementó esta modalidad. Sin embargo, los primeros programas de formación para intérpretes en modalidad simultánea tuvieron lugar en 1928 en la Organización Internacional del Trabajo. Hasta entonces solo podían acudir a sus sesiones delegados que pudieran comunicarse en inglés o francés, las dos lenguas oficiales. Sin embargo, estos avances permitieron dar voz a los representantes que querían comunicarse en su propia lengua, si bien hasta que no tuvieron lugar los juicios de Núremberg no se vio la plena implementación de la interpretación simultánea. Esta modalidad permitía ganar tiempo, mantener el interés de quienes acudían a las reuniones, comprender el discurso en todas las lenguas al mismo tiempo y originar debates en las reuniones, lo cual añadía cohesión y trabajo en equipo entre delegados (Baigorri-Jalón, 2000)¹.

Como la interpretación consecutiva requiere un turno de palabra para que el intérprete intervenga después del orador, al tratarse de cuatro idiomas (inglés, francés, alemán y ruso), se requerirían cuatro turnos de palabras, uno por intérprete de cada lengua, lo que daría un total de cinco turnos, contando con el del orador principal. Si pensamos en el número de intervenciones en estos juicios, nos podemos hacer una idea del motivo por el que la interpretación consecutiva no era viable en estos casos.

Durante los juicios de Núremberg, en Alemania, entre los años 1945 y 1946, en los que participaron los representantes de Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña y la Unión Soviética, el intérprete tenía que hacer posible la comunicación entre diversos grupos, que eran los siguientes (Baigorri-Jalón, 2000: 271):

los acusados (alemanes), los testigos (de diversas procedencias) y el tribunal (de los cuatro países mencionados), así como permitir el contacto entre los propios miembros del tribunal (que hablaban tres idiomas diferentes: inglés, francés y ruso) y con el público y la prensa.

¹ En la actualidad, la Organización Internacional del Trabajo tiene un servicio de interpretación simultánea en las reuniones oficiales que cuenta con intérpretes de las siete lenguas de trabajo, que son «árabe, alemán, chino, español, francés, inglés y ruso» y, en ocasiones, japonés y portugués (Organización Internacional del Trabajo, 2019).

Además de la mediación oral, los intérpretes, de acuerdo con Baigorri-Jalón (2000), tenían que traducir previamente documentos físicos que se aportaban, como pruebas o testimonios, para que se pudieran comprender en las lenguas implicadas. Para cubrir el servicio de interpretación, añade, se acudía a personas con buenas destrezas orales y aplomo que carecían de experiencia en interpretación ya que no se contaba con una plantilla específica, lo que hizo que la selección del personal estuviera basada en la intuición de los ojeadores en función de la capacidad de los candidatos de seguir el ritmo del discurso de prueba planteado para proceder a una muy limitada formación para los procesos.

En los juicios de Núremberg, pues, se comprobó el éxito de esta modalidad de interpretación y se adoptó como modalidad habitual hasta la actualidad en la Organización de las Naciones Unidas, fundada en el año 1945 como sucesora de la Sociedad de Naciones, y que cuenta actualmente con 193 países. Se demostró, así, la viabilidad de la modalidad de interpretación simultánea en lo que respecta al ahorro de tiempo y a la posibilidad de comunicar en distintas lenguas al mismo tiempo, a pesar de lo rudimentario de las instalaciones, de la tecnología y de las condiciones de trabajo, que eran un tanto improvisadas. Cabe mencionar que, en las mismas fechas, en la URSS también se trabajaba para crear y perfeccionar un sistema de interpretación simultánea para su uso en congresos como el Komintern (o Internacional Comunista), que se considera la primera conferencia de la Unión Soviética en la que se empleó esta tecnología (Chernov, 2016).

Otras instituciones internacionales también adoptaron esta modalidad, entre ellas la Unión Europea en sus distintas etapas de ampliación, que, entre 1973 y 2013, ha ido añadiendo idiomas al servicio de interpretación hasta alcanzar un total de 24 lenguas, que permiten lograr 552 combinaciones lingüísticas (Parlamento Europeo, 2022).

Por otra parte, resulta oportuno comentar la llegada de la interpretación remota, sobre la cual se comenzó a experimentar tanto en las Naciones Unidas como en la Unión Europea desde la década de 1970, según Baigorri-Jalón (2015), pero no llegó a reemplazar a la interpretación de manera presencial. Asimismo, este autor apunta que los intérpretes se han adaptado a lo largo de la historia a las circunstancias tanto en lo que respecta a las modalidades como a las situaciones comunicativas, lo cual sigue aconteciendo a lo largo de los años, un hecho que se verificó en 2020 cuando la pandemia mundial por COVID-

19 provocó un auge en la interpretación remota, en la que nos detendremos en apartados posteriores.

Como se ha podido ver en el presente apartado dedicado al recorrido histórico sobre la interpretación, las distintas guerras, los procesos de paz y los tribunales internacionales hacían indispensables a los intérpretes y fueron consolidando las distintas modalidades en función de las características y necesidades técnicas de cada ocasión. A mediados del siglo XX, surgieron también las asociaciones de intérpretes profesionales. La pionera fue la Asociación Internacional de Intérpretes de Conferencia (AIIC), que se creó en París el año 1953. Baigorri-Jalón (2015) hace hincapié en que a finales del siglo XX había un número significativo de intérpretes que trabajaban en los servicios públicos o comunitarios a causa de las migraciones y los viajes transnacionales en una era marcada por la creciente sensibilización sobre los derechos humanos. También estarán presentes, de acuerdo con Castillo Ortiz (2020), en los medios de comunicación.

3.2.2.2. Modalidades de interpretación

3.2.2.2.1. La interpretación de conferencias

Tras el recorrido histórico ofrecido en el apartado anterior, observamos que la interpretación de conferencias vio su origen después de la Primera Guerra Mundial con la interpretación consecutiva, a principios del siglo XX. La interpretación de conferencias es el ámbito dentro de la interpretación que más se ha profesionalizado, el que más destaca y que más prestigio tiene ya que, gracias a su evolución y protagonismo, ha favorecido el desarrollo de una serie de normas profesionales estandarizadas, así como de diversas líneas de investigación, según Diriker (2015a). Según esta autora, que se basa en la AIIC (1984) y en Pöchhacker (2013), la interpretación de conferencias es aquella que permite el trasvase de un discurso de una lengua a otra en distintas modalidades y en entornos de conferencia tanto formales como informales, entre las que se incluyen las conferencias internacionales, los encuentros multilaterales, los seminarios, así como las cenas, conferencias de prensa, sesiones parlamentarias, tribunales internacionales e incluso las salas de conferencias de las universidades y los servicios religiosos. La AIIC, cuya sede se encuentra en Suiza, es la organización profesional mundial desde la que se ha trabajado para institucionalizar la interpretación de conferencias. En ella figuran más de 3.000 profesionales de la interpretación de conferencias de más de 80 lenguas y que están presentes en más de 100 países (AIIC, s.f.).

Como preludeo a la descripción detallada sobre la interpretación consecutiva y la interpretación simultánea, resulta oportuno observar la descripción que hace Hale (2010) a través de la cual recoge las definiciones y los contextos en los que se da cada modalidad de interpretación a través de la siguiente tabla, que se ha diseñado basándonos en Hale (2010), Pöchhacker (2015) y Collados Aís y Fernández (2001).

Modalidad	Definición	Contexto	Tipo de interacción
Simultánea (con medios electrónicos)	El intérprete escucha al hablante a través de los auriculares y empieza a interpretar unos segundos después de que comience cada unidad de sentido.	Conferencias, reuniones internacionales, algunos tribunales.	Monológica
Susurrada o chuchotage (sin medios electrónicos)	Como en la anterior. Sin embargo, el intérprete no cuenta con la ayuda de los medios electrónicos y depende de la acústica de la sala para escuchar lo que se está diciendo.	Sala de justicia, consultas psiquiátricas, reuniones informales donde más de una persona de la misma lengua necesita servicios de interpretación, pequeñas conferencias, sesiones informativas, reuniones informales.	Monológica
Consecutiva	El hablante produce el discurso en segmentos de aproximadamente cinco minutos mientras el intérprete toma notas. El intérprete traduce entonces el segmento en cuestión en la lengua de llegada.	Entrevistas, consultas, tribunales.	Monológica
De enlace	El intérprete interpreta un diálogo entre dos personas que hablan lenguas diferentes. Cada intervención es relativamente corta y está determinada por la intervención anterior.	Negociaciones comerciales, como acompañante en visitas turísticas, entrevistas en medios de comunicación, entre otros.	Dialógica

Tabla 12. Modalidades de interpretación

A continuación, se tratará con mayor profundidad, en primer lugar, la interpretación de conferencias, que engloba la interpretación consecutiva y la interpretación simultánea, y, en segundo lugar, la interpretación de enlace.

3.2.2.2.1.1. Interpretación consecutiva

Como ya se adelantó en el apartado sobre el recorrido histórico, la interpretación consecutiva es la modalidad que se empleaba en los círculos diplomáticos desde, al menos, el siglo XIX. Cobró un mayor protagonismo a partir de la Conferencia de Paz de

París en 1919 (Baigorri-Jalón, 2015) y se trata de aquella modalidad de interpretación que tiene lugar cuando un intérprete toma notas mientras un orador, que generalmente se encuentra en la misma sala, pronuncia un discurso y, una vez finaliza, hace una pausa y el intérprete lo emite en la lengua meta, como se puede leer en la web de la AIIC. Según esta misma fuente, cuando el discurso es largo, el orador suele fraccionarlo para que el intérprete pueda ir traduciendo y pronunciando su contenido por partes. Además, añade, es una modalidad a la que se recurre con frecuencia en presentaciones científicas o técnicas de un único orador o en reuniones donde el número de lenguas de trabajo es reducido.

El hecho de que el ponente y el intérprete se turnen el uso de la palabra es lo que diferencia esta modalidad de la simultánea, en la que el orador y el intérprete pronuncian el discurso al mismo tiempo (Jiménez Ivars, 1999). Los turnos, según Andres (2015), pueden durar segundos o varios minutos, si bien la media se encuentra en unos cinco o seis minutos, aunque a veces llega a durar una veintena. Esta condición en la que el intérprete debe esperar un periodo de tiempo hasta que el orador termina su discurso hace que resulte necesaria la toma de notas que le permita recordar los detalles, los distintos puntos y el nexo entre cada uno de ellos para reformular y resumir el contenido que debe pronunciar en la lengua de llegada una vez el orador principal haya terminado de producir un fragmento del discurso (Ahrens, 2015).

3.2.2.2.1.2. Interpretación simultánea

La interpretación simultánea es aquella en la que el intérprete pronuncia el discurso traducido a la lengua meta al mismo tiempo que escucha el discurso en la lengua original (AIIC, s.f.). Como se comentó en el apartado sobre la historia de la traducción, se trata de una modalidad que se consolidó, por una parte, en los procesos de Núremberg (Baigorri-Jalón, 2000) y, por otra, gracias al trabajo realizado en la URSS (Chernov, 2016). Hoy en día se emplea fundamentalmente en el marco de las conferencias internacionales donde se tratan cuestiones que pertenecen a campos del saber concretos, a menudo técnicos, y en situaciones altamente pautadas o protocolizadas (Pistillo, 2004). De acuerdo con la AIIC (s.f.), este tipo de interpretación tiene lugar mayoritariamente en cabinas de interpretación desde las cuales el intérprete tiene visibilidad a la sala en la que se esté desarrollando el evento o reunión y al orador, si bien existen otras vertientes dentro de la

modalidad de interpretación simultánea, entre las cuales se encuentra la denominada interpretación susurrada o *chuchotage*.

Una de las características fundamentales de la interpretación simultánea es la sincronía temporal entre la recepción del discurso en una lengua por parte del intérprete y su producción en otra lengua, lo cual hace que el intérprete tenga que adquirir una serie de competencias y habilidades para desempeñar dicha actividad. Como indican Collados Aís y Fernández (2001:50-51), se trata de la «simultaneidad en la escucha y en la producción oral del intérprete, lo que supone la superposición, con un mínimo desfase entre el discurso original y la interpretación». Como comenta Gile (2015) en su modelo de los esfuerzos, al interpretar en modalidad de interpretación simultánea, el intérprete debe hacer cuatro esfuerzos: el de escuchar y analizar el discurso original, el de memorizar el contenido, el de producir el discurso en la lengua de llegada y, por último, el de coordinar los tres esfuerzos anteriores, todo ello en un corto periodo de tiempo.

Esta modalidad de interpretación, que se presta principalmente en cabinas, suele emplearse en mayor medida en «congresos, jornadas, seminarios, simposios, conferencias, etc.» (Jiménez Ivars, 1999:78). Además, las cabinas deben cumplir con una serie de estándares relativos a la insonorización, a las dimensiones, a la calidad del aire y al equipamiento técnico, que están regulados por las normas ISO 2603, ISO 4043 e ISO 20109.

De acuerdo con Diriker (2015b), existen otras formas de interpretación simultánea, como la traducción a la vista, a través de la cual el intérprete traduce de forma oral el contenido de un texto mientras lo lee; la interpretación consecutiva simultánea, que consiste en grabar el discurso del orador en la lengua original mientras toma notas para reproducirlo posteriormente e interpretarlo de forma simultánea con la ayuda de las notas, o la interpretación susurrada, o *chuchotage*, donde las variables de posicionamiento y equipo técnico no se dan. De acuerdo con Collados Aís y Fernández (2001:51), el *chuchotage* es la modalidad de interpretación en la cual «el intérprete se sitúa detrás del receptor de la interpretación y le va susurrando al oído la interpretación del discurso. Es una IS [interpretación simultánea] pero sin la instalación técnica de esta». Añaden que se emplea generalmente cuando hay un único receptor, cuando no se pueden instalar cabinas o cuando no hay suficientes. Esta autora también hace hincapié en que existe un riesgo de que la voz del intérprete y del ponente se superpongan, lo cual dificulta que tanto el

intérprete como el usuario que recibe su traducción puedan seguir el discurso original y la interpretación respectivamente, además de la incomodidad física que conlleva interpretar en esta modalidad y las molestias ocasionadas a los otros miembros del público que se encuentren cerca.

Por último, resulta oportuno mencionar la interpretación de relé, que es aquella que se emplea cuando «la interpretación no se hace directamente del discurso original, sino que el intérprete se conecta con otra cabina, con otra interpretación. En este caso se produce un doble filtro en la interpretación» (Collados Aís y Fernández, 2001:52). Recordemos que esta misma manera de trabajar se documentó en la conquista de México, con el trabajo de Malinche, mucho antes de que las posibilidades de la tecnología permitiesen la práctica de la interpretación simultánea, modalidad en la que hoy en día se concentra su uso. Cabe destacar que a estos intérpretes cuya interpretación funciona como discurso original para el intérprete de otra combinación lingüística se les conoce como «intérpretes pívot». Estos tienen una presión añadida ya que sus errores u omisiones pueden afectar a la interpretación en las otras lenguas a las que se interprete y, además, hace que haya una menor sincronización con los gestos o las dispositivos del discurso original ya que el desfase temporal habitual a la hora de interpretar se ve incrementado (Cenkova, 2015).

3.2.2.2.2. La interpretación de enlace

En primer lugar, resulta necesario señalar que existe cierta confusión entre los términos «interpretación bilateral» e «interpretación de enlace» (Darias Marrero, 2016; Flores Acuña y Arboleda Goldaracena, 2012) y que se suele emplear indistintamente en la literatura científica para referirse a «la mediación oral que se realiza por un solo intérprete, en las dos direcciones, e inmediatamente después de cada una de las intervenciones de los interlocutores presentes en la situación comunicativa», como lo expresan Collados Aís y Fernández Sánchez (2001:48). Las autoras inciden en la capacidad del intérprete de transmitir el mensaje en las dos lenguas en cuestión. Ruiz Mezcua (2018) trata los términos de interpretación de enlace e interpretación bilateral de manera indistinta y define este tipo de interpretación como la mediación lingüística oral que se lleva a cabo en un entorno de diálogo entre dos partes o dos grupos que no comparten la lengua y la cultura. Aclara que el intérprete se encarga de facilitar la comunicación entre estas partes, que pretenden alcanzar una serie de objetivos y que, generalmente, las intervenciones suelen ser cortas, por lo que el intérprete no necesariamente toma notas. El concepto de

«bilateral», enfocado a la capacidad de un único intérprete de comunicarse tanto hacia su lengua materna como desde esta hacia la lengua extranjera, que hasta hace relativamente poco se asociaba únicamente con la interpretación de enlace, ya se ha ampliado en la práctica profesional. Según Bovy y Adams (2019), esta misma flexibilidad en la direccionalidad del intérprete ya se demanda de los intérpretes de conferencias en muchas ocasiones, sobre todo en el mercado privado. Es decir, que no solo se requiere que los intérpretes trabajen en ambas direcciones cuando se les pide que trabajen en modalidad de enlace, sino que, al trabajar en modalidad simultánea o consecutiva también se les suele requerir que trabajen en estas dos direcciones, por lo que se empleará el concepto de «interpretación de enlace» en esta investigación.

Como comenta Hale (2010:123), en relación con esta modalidad, «la obligación del intérprete y/o traductor de ser estrictamente objetivo para garantizar que los sentimientos personales, opiniones, creencias o intereses no interfieran con el principal objetivo, que es interpretar de forma fiel, queda firmemente reflejada». Sin embargo, en el ámbito de la interpretación en los servicios públicos, o *community-based interpreting*, de acuerdo con los autores que se mencionarán a continuación, se muestra determinada asimetría de poder donde el intérprete se ve condicionado. Es el caso, por ejemplo, de lo que respecta al asilo, un ámbito en el que se suelen llevar a cabo entrevistas donde se pueden encontrar patrones fijos de interacción en los que las autoridades tienen el poder ya que son las encargadas de aplicar la ley. En dichas situaciones, se considera que el intérprete desempeña un papel fundamental tanto para conservar las políticas de exclusión, lo cual actúa en contra de los solicitantes, como para volverse agentes de cambio (Merlini, 2015 citando a Barsky, 1994 y a Maryns, 2006). Asimismo, Merlini (2015) también incide en la asimetría de poder en la que se ve implicado el intérprete de enlace cuando trabaja en entornos médicos, donde en las consultas el paciente se encuentra en situación de inferioridad con respecto a las decisiones del médico, si bien el objetivo de perseguir el bienestar del paciente es común a ambas partes. Pistillo (2004) añade otros ejemplos: el servicio de interpretación de enlace que se requiere en entornos de inmigración o cualquiera que tenga lugar en las salas de justicia, donde la brecha entre las partes implicadas es importante. Por último, resulta oportuno mencionar la opinión de Rudvin y Tomassini (2011) y Takimoto (2006), citados en Merlini (2015), que afirman que, en el caso de las negociaciones empresariales, la asimetría de poder es prácticamente inexistente ya que se trata de casos en los que se comparte información sobre el sector en

el que se encuentran quienes intervienen en las conversaciones, donde lo que se busca es una alianza equitativa, pero que requiere de la labor de los intérpretes para romper la barrera cultural que en multitud de ocasiones interfiere en la gestión de las negociaciones.

Al ser el único en dominar los dos idiomas y culturas en cuestión, el intérprete constituye el punto de unión y se encarga, además, de coordinar el flujo del diálogo para que haya un intercambio eficaz y ordenado (Wadensjö, 2002). Una característica que diferencia la interpretación de enlace de la de conferencias es, según Trovato (2011:3), «el contacto directo y el espacio compartido entre el intérprete y sus interlocutores», lo que hace que el intérprete sea visible, que dote de importancia a elementos no verbales, y que aporte confidencialidad a la situación en cuestión.

Collados Aís y Fernández Sánchez (2001) destacan la importancia de otras cuestiones relacionadas con el intérprete de enlace, como son su actitud o el uso activo que hace de la mirada (sobre todo a la hora de cambiar de turno) como recursos que pueden funcionar como un refuerzo positivo o que pueden afectar negativamente si no se emplean correctamente. De acuerdo con Ruiz Mezcuza (2018), cuando los intérpretes usan la modalidad de enlace pueden trabajar de dos formas: de forma fija, «si el intérprete está sentado en una mesa como en un consejo de administración, una negociación, el mostrador de un salón o feria e, incluso, una cena» (2018:224), o de forma móvil, como cuando acompaña a un cliente durante una visita determinada. Mason (2009) alude a las características de aquellas situaciones en las que se requiere de interpretación de enlace: el entorno de diálogo y su consecuente bidireccionalidad lingüística, la espontaneidad del discurso, la presencialidad y el hecho de que se emplee el modo consecutivo. Hay ciertas excepciones en las que no se cumple con la presencialidad mencionada, como cuando se emplea la interpretación telefónica (Fernández Pérez, 2016) o cualquiera que se lleve a cabo en remoto y que requiera de un intérprete de enlace (Merlini, 2015). Podemos ver que lo remoto, con las posibilidades que ofrece, también afecta a las definiciones tradicionales de las modalidades.

Collados Aís y Fernández Sánchez (2001) destacan un punto a favor para el intérprete que trabaja en esta modalidad, que es la posibilidad de hacer aclaraciones sobre las dudas que puedan tener los intérpretes acerca de algún dato concreto al recibir el mensaje original, aunque es un recurso que no se debe explotar porque podría tener consecuencias negativas en el flujo de la conversación. En este sentido, se representarán en la Tabla 13

algunos de los consejos que ofrece Hale (2010), divididos en elementos internos y externos, que son útiles para minimizar la cantidad de malentendidos y, así, optimizar la comprensión del discurso original o de la intención de quien lo pronuncia.

La tabla 13, a continuación, se ha elaborado recopilando textualmente información de Hale (2010:15), que se ha ubicado en este formato de tabla para esquematizar su contenido y hacerlo más visual.

Elementos internos		Elementos externos		
Del intérprete	Del hablante	Del intérprete	Del ámbito	De los interlocutores
Conocimiento en profundidad de ambas lenguas	Discurso coherente Voluntad para ser entendido Expresión inequívoca	Comprensión de los papeles del discurso en la interacción	Buenas condiciones físicas en lo referido a la audición o concentración	Comprensión de la función del intérprete Comprensión de las necesidades del intérprete
		Comprensión del papel social de los participantes		
		Comprensión del contexto		
		Comprensión del ámbito		
		Comprensión de las culturas		
		Conocimientos del tema		
Conocimientos compartidos con los interlocutores				

Tabla 13. Elementos que contribuyen a reducir la cantidad de malentendidos en la fase de comprensión del discurso del intérprete (Hale, 2010)

Por último, resulta oportuno mencionar otro de los aspectos que indican Collados Aís y Fernández (2001), que consiste en la diversidad de situaciones en las que puede trabajar un intérprete de enlace, en las que los temas que se tratan son muy particulares. Como ejemplo comentan que «si en una IB [interpretación bilateral; en esta tesis, interpretación de enlace] se trata la enfermedad de un paciente determinado, en una IC [interpretación consecutiva] o en una IS [interpretación simultánea] se tratará esa enfermedad como tema general» (2001:67), lo cual ilustra el matiz de lo individualizadas y específicas que pueden ser determinadas situaciones en las que se requiera la labor de un intérprete en esta modalidad. De forma general, algunos de los ámbitos en los que se suele emplear la interpretación de enlace son los encuentros empresariales, las visitas turísticas, las visitas médicas o las comparecencias en tribunales, lo que también requiere que el intérprete domine la temática en cuestión (Ruiz Mezcuca, 2018). Cuando se lleva a cabo en ámbitos

de negociación, como el político, el militar, el comercial o el científico, «la finalidad es llegar a un acuerdo» (Jiménez Ivars, 1999:58); de ahí su relevancia.

3.2.2.3. Proceso de interpretación

El hecho de interpretar, es decir, de trasladar un mensaje de una lengua a otra de forma oral, conlleva una serie de etapas que, a grandes rasgos, según Lederer (2015), siguiendo a García-Landa (1981), son la comprensión del discurso original, una primera fase a través de la cual el intérprete debe descifrar el sentido de lo que tiene que transmitir; la desverbalización, que hace que el profesional, una vez entienda el sentido del mensaje, obtenga las ideas independientemente de la lengua de la que se trate; y, por último, la reformulación, que consiste en expresar ese sentido en la lengua meta. Se trata de una serie de aspectos que también se ven reflejados en el modelo de los esfuerzos de Gile (2015). Cada una de estas fases fueron descritas por Hale (2010) y se detallarán a continuación.

Fase de comprensión

Comprender el discurso original también depende de los conocimientos que ya tenga el intérprete puesto que, como afirma Hale (2010:13), basándose en Pöchhacker (2004), «procesar información nueva requiere una construcción activa de algún tipo de representación mental que integre los conocimientos nuevos con otros preexistentes de varios tipos: léxicos, sintácticos, pragmáticos, enciclopédicos, etc.». En este sentido, esta autora se basa en el principio de cooperación de Grice (1975) para defender que la comprensión del discurso es responsabilidad tanto del orador como del receptor y debe incluir la información justa para ser entendida, que a su vez debe ser cierta y pertinente y tratarse de un discurso claro.

Fase de desverbalización o conversión

La fase de desverbalización o conversión es aquella en la que tiene lugar el proceso de trasvase entre lenguas. Como la define Hale (2010:19), «es donde el intérprete necesita decidir mental y estratégicamente cuál es la interpretación más apropiada y fiel en la lengua de llegada [...] a tiempo real, con una oportunidad muy pequeña de contemplar las opciones». En esta fase, según esta autora, los factores que intervienen se pueden dividir en tres: el dominio de la lengua de llegada (que incluye la gramática, el léxico, el registro y las convenciones pragmáticas), la técnica de interpretación (como la toma de

notas, el dominio de las modalidades, de las situaciones, la capacidad para descodificar y codificar el mensaje de manera rápida, la toma de decisiones bajo presión y la capacidad de estar concentrado, escuchar y emplear la memoria a corto y a largo plazo) y el enfoque teórico (el motivo por el que ha hecho cada elección).

Fase de reformulación

La fase de reformulación se caracteriza por presentar el resultado final verbal del discurso. Su finalidad es, como lo expresa Hale (2010:22), «transmitir el contenido proposicional del original al público de llegada de la forma más coherente y concisa. El intérprete debe reflejar este objetivo en la reformulación». Hay varios factores que afectan al estilo que se emplee en la etapa de la reformulación del discurso. Esta autora presenta los estilos y el grado de formalidad que se debe adoptar en función de la modalidad, el ámbito y el enfoque, con especial atención al ámbito comunitario, que se representarán a continuación, en la tabla 14.

Modalidad	Ámbito	Enfoque	Estilo	Registro
Simultánea	Conferencia	Contenido proposicional	Coherente, omisión de elementos sin contenido, repeticiones y regresiones	Formal
Susurrada simultánea a la lengua minoritaria	Comunitaria (en especial en la sala de justicia)	Contenido proposicional	Coherente, omisión de elementos sin contenido, repeticiones y regresiones	Formal
Consecutiva larga (clásica)	Conferencia Comunitaria	Contenido proposicional	Coherente, omisión de elementos sin contenido, repeticiones y regresiones	Formal
Consecutiva corta (bilateral)	Comunitaria (en especial en la sala de justicia)	Contenido proposicional y estilo del discurso	Según el original	Formal e informal
Susurrada Simultánea a la lengua dominante	Comunitaria (en especial en el ámbito de la salud mental)	Contenido proposicional y estilo del discurso	Según el original	Informal

Tabla 14. Propuesta de los factores que influyen en el estilo de la reformulación (Hale, 2010:23)

Como se ha podido observar, se hace referencia a la interpretación en el ámbito de conferencias (como en negociaciones políticas a escala internacional o congresos donde se presentan descubrimientos, por ejemplo) y en el ámbito comunitario, donde «se tratan

los temas más íntimos de individuos corrientes: la consulta de un médico, la oficina de un trabajador social o el despacho de un abogado, una cárcel, una comisaría o la sala de justicia» (Hale: 2010:24), situaciones sobre las que se ahondará en otros apartados. Esta autora no menciona la interpretación en contextos empresariales, un tema que examinaremos en apartados posteriores.

3.2.2.4. Competencias del intérprete

Si bien la interpretación y la traducción tienen mucho en común, también abundan las diferencias entre estas disciplinas ya que la interpretación no consiste solamente en desempeñar una tarea de traducción, sino que se trata de un proceso cognitivo que va más allá y que permite trasladar el mensaje de un orador a unos receptores que no entienden la lengua original (Lederer, 2015). Hale (2010) comenta estas diferencias entre la traducción y la interpretación, algunas de las cuales residen en el plano en el que se encuentran, que son distintos, ya que se trata del escrito (traducción) y del oral (interpretación), o la antelación con la que se recibe el texto completo. En el caso de la traducción se trabaja directamente con el documento entero, que se puede analizar y leer de manera indefinida, algo que no ocurre en el caso de la interpretación debido al carácter efímero del discurso.

Pöchhacker (2004) alude a diversos autores (Sanz, 1931; Cokely, 2000; van Hoof, 1962) para tratar las competencias que debe tener un intérprete. Entre ellas se encuentran el dominio de dos lenguas, las habilidades cognitivas (como la inteligencia, la memoria a corto y a largo plazo y la intuición), las cualidades morales y las cualidades afectivas (como el tacto, la discreción, la atención y el aplomo), la honestidad, el rigor y la madurez. Gile (2010), por su parte, añade que los intérpretes deben soportar niveles elevados de estrés por su obligación de mantener la atención, lo cual les supone un esfuerzo considerable y Pöchhacker (2000) añade que deben tener habilidades culturales, de traducción y conocimiento de la materia que se esté tratando.

Resulta oportuno destacar una de las competencias del intérprete mencionadas, que es el empleo de la memoria a corto y a largo plazo. Baddeley (2003) afirma que la memoria a corto plazo, que denomina «memoria de trabajo», es aquella que permite retener, procesar y manipular la información necesaria para la tarea que se está realizando. Por su parte, la memoria a largo plazo, según Bajo y Padilla (2015) citando a Tulving (2002), se divide en memoria declarativa, que es la que recuerda hechos y acontecimientos que se pueden

recordar de manera intencionada, y en memoria procedimental, que es la memoria inconsciente que permite desempeñar tareas y destrezas de manera automatizada. Estas autoras afirman, teniendo en cuenta estas definiciones, que los intérpretes hacen uso de su memoria a corto plazo para acudir a los componentes léxico-semánticos del discurso, lo cual les permite codificar la información gracias a la preparación previa de la terminología que se vaya a emplear en la situación en cuestión.

Además de las competencias señaladas, cada modalidad de interpretación tiene una serie de competencias específicas, que se tratarán a continuación por el siguiente orden: competencias específicas de los intérpretes consecutivos, competencias específicas de los intérpretes simultáneos y competencias específicas de los intérpretes de enlace. En este trabajo se investigará acerca de las modalidades que más se emplean en las situaciones que requieren la labor de intérpretes en el marco de las relaciones entre Canarias y África, por lo que resulta apropiado mencionar las competencias que deben tener estos profesionales que pueden formar parte de los procesos de negociación o compraventa entre estos territorios.

3.2.2.4.1. Competencias específicas del intérprete consecutivo

El intérprete que trabaja en la modalidad de interpretación consecutiva extrae la información en la fase de comprensión del discurso original, para lo cual se sirve de la toma de notas, ya que debe retener dicho discurso en la memoria antes de pasar a la fase de producción del discurso traducido en la lengua de llegada (Ahrens, 2015). Según Ahrens (2015), en la toma de notas los profesionales de este tipo anotan las ideas, la estructura y algunos detalles del discurso, como nombres poco comunes o cifras, pero no todo el discurso original; de ahí la necesidad de emplear la memoria de trabajo. Según esta autora (2015:284), citando a Matyssek (1989), «while listening and simultaneously taking notes, interpreters are performing a continuous analysis of the speech which allows them to understand and remember its content and `main thread´», lo cual pone de relieve la importancia de la toma de notas en esta modalidad. Entre las técnicas para la toma de notas, destacan las de Rozan (2007), que propone una serie de principios y símbolos para facilitar dicha tarea.

3.2.2.4.2. Competencias específicas del intérprete simultáneo

Entre las competencias que deben tener los intérpretes que trabajan en la modalidad de interpretación simultánea se encuentran la atención dividida, la capacidad de escuchar y

hablar a la vez y la de respetar el desfase temporal de unos segundos (*décalage*), entre el discurso original y su interpretación en la lengua de llegada, además de las competencias lingüísticas y culturales (Pöchhacker, 2004). Este autor (2004:117), además, señala que «a crucial aspect of decision-making in SI [interpretación simultánea] relates to the segmentation of the input speech into `chunks´ serving as units of translation», lo cual implica una capacidad de división del discurso en unidades que va traduciendo. Dicho autor también se basa en Goldman-Eisler (1972/2002) para añadir que el intérprete también tiene en cuenta la naturaleza del mensaje y su propia capacidad de almacenar o anticipar información para crear y emitir una unidad de traducción.

3.2.2.4.3. Competencias específicas del intérprete de enlace: el intérprete como mediador

El intérprete de enlace trabaja como intermediario entre dos partes que tienen intenciones y expectativas en la situación comunicativa en cuestión y que pueden obligarlo a actuar como mediador o como regulador de la evolución del entendimiento (Pöchhacker, 2004). Como indica este autor en uno de sus ejemplos, el intérprete interviene en los turnos de palabra y en la estructuración del flujo de información del discurso como intermediario, e interviene también como mediador cuando una de las partes requiere que se le explique algún concepto que no entiende.

Este autor concuerda con lo que ya recogimos de Hale (2010) acerca de la posición aparentemente neutral que ocupa el intérprete de enlace, aunque a veces la situación entabla cierta asimetría de poder, lo que da lugar a que en algunos casos pueda pasar incluso desapercibido. Sin embargo, Pöchhacker (2004) también comenta que en los casos en los que se requiere la interpretación de enlace en entornos comunitarios suele existir cierta asimetría de poder, así como diferencias en los contextos socioculturales de quienes intervienen en la conversación, lo que da lugar a que el intérprete actúe como mediador entre las culturas implicadas.

Entre los conocimientos culturales de las partes implicadas que debe tener el intérprete, al margen de la lengua (comunicación verbal), se encuentran los gestos (comunicación no verbal), el uso del tiempo y del espacio y el empleo de silencios, que, en función de la cultura puede variar. Pistillo (2004) hace hincapié en que hay culturas que están más o menos separadas que otras ya que la barrera cultural no es la misma en todos los casos, lo cual tiene un efecto, por ejemplo, a la hora de emplear el tratamiento honorífico o la

cortesía, cuando se expresa un discurso en otra lengua. Lo mismo ocurre con el concepto del empleo del tiempo, que afecta a la hora de agendar encuentros entre partes que no comparten cultura. El intérprete, según esta autora, siguiendo a Gentile (1992), es el más indicado para asegurarse de que los involucrados entiendan que la forma de establecer horarios, de organizarse, de entender la puntualidad y los plazos también difieren en función de las culturas que entran en contacto, por lo que explicarlo a las partes implicadas puede evitar que se creen tensiones. Por último, esta autora también menciona la cuestión de los silencios y el turno de palabra en encuentros con diferencias culturales. Explica que en algunas culturas no es frecuente que unos oradores interrumpan a los demás, pero en otras es lo habitual. En algunas culturas, incluso, se estila hacer una pausa silenciosa para reflexionar antes de que el otro involucrado en la conversación intervenga, lo cual, de nuevo, hace esencial la labor de mediación cultural del intérprete para evitar malentendidos.

3.2.2.5. Situaciones o contextos en los que se requiere la labor de un intérprete

Como hemos visto en los apartados anteriores, distintos autores han señalado los contextos o situaciones comunicativas en las que trabajan los intérpretes en diferentes modalidades. A continuación, recopilaremos, de manera sucinta, lo mencionado en relación con la interpretación de conferencias y nos detendremos en la interpretación de enlace, que, al no necesitar ningún equipo técnico, se presta a una mayor amplitud de escenarios.

3.2.2.5.1. La interpretación de conferencias

Como se ha explicado con anterioridad, la interpretación de conferencias se lleva a cabo principalmente en las siguientes situaciones: encuentros empresariales, visitas médicas, comparecencias en tribunales (Ruiz Mezcua, 2018), congresos, simposios, conferencias, jornadas, seminarios (Jiménez Ivers, 1999), encuentros multilaterales, conferencias de prensa, sesiones parlamentarias, tribunales internacionales y en salas de conferencia de universidades (Diriker, 2015a, basándose en la AIIC (1984) y en Pöchhacker (2013)). Pöchhacker (2004) añade que también se emplea en conversaciones privadas entre jefes de estado y en emisiones televisivas dentro de un contexto institucional. De esta manera vemos que, aunque la interpretación de conferencias se asocia mayoritariamente con los entornos institucionales, también se puede dar en el sector privado.

3.2.2.5.2. La interpretación de enlace

La interpretación de enlace se presta a un sinnúmero de situaciones o contextos. En este apartado se aborda por un lado la interpretación comunitaria o para los servicios públicos, que incluye la interpretación en entornos jurídicos, sanitarios y educativos, y la interpretación en el mercado privado, donde centraremos el interés en los entornos empresariales.

3.2.2.5.2.1. La interpretación comunitaria o para los servicios públicos

De acuerdo con la Iliescu Gheorghiu (2022),

la interpretación comunitaria (o para los servicios públicos) [...] hace referencia a una comunicación interlingüística e intercultural que está al servicio de la comunidad y tiene lugar en y para los servicios públicos, ya sean jurídicos (policía, asilo, prisiones), médicos o educativos.

Wadensjö (2009) afirma que los intérpretes que intervienen en estos servicios son intérpretes que acuden a un encuentro en un contexto oficial donde prevalece el bienestar de una minoría, como inmigrantes o población refugiada, y donde se precisa de la intervención de un profesional que permita la comunicación entre dicha minoría y quienes los atienden en la institución pública en cuestión. Hale (2010) defiende que se trata de un tipo de interpretación que tiene lugar en las esferas privadas de las personas, lejos de las negociaciones a escala internacional, pero donde los intérpretes tienen grandes responsabilidades por el peso que pueden tener las situaciones en las que se desarrolla (consultas médicas, comisarías de policía, despachos de abogados, entre otras); es decir, no por ser de menor escala implican menos responsabilidades.

Los intérpretes que trabajan en entornos de servicios públicos o comunitarios se ven inmersos en contextos personalizados en los que generalmente se tratan cuestiones que afectan directamente a los participantes. En el entorno jurídico, se suele llevar a cabo en comisarías de policía, en oficinas de aduanas y en contextos de inmigración (Gamal, 2009). Según Fernández Rodríguez (2015:173), «los intérpretes del entorno policial suelen trabajar, sobre todo, en tomas de declaración e interrogatorios, por lo que, en general, no suelen entrar en contacto con los usuarios de forma directa». En el entorno sanitario, las interacciones son colaborativas, como señalan Roat y Crezee (2018), ya que los participantes persiguen el mismo objetivo: el bienestar del paciente, lo cual también significa que un malentendido entre las partes implicadas puede tener consecuencias graves. De hecho, Pérez-Luzardo Díaz y Santana García (2020) detallan que, cuando se

requiere la labor de un mediador lingüístico en entornos sanitarios, en primer lugar se acude a sanitarios que conozcan la lengua del paciente; en segundo lugar, a familiares, amigos o incluso menores y, por último, a intérpretes, lo cual puede dar lugar a las consecuencias negativas que apuntaban Roat y Crezee (2018).

Por último, en el ámbito educativo, Smith (2018) señala que las situaciones pueden variar desde reuniones de padres hasta asambleas del centro educativo, jornadas de apertura o clausura de curso o ceremonias, entre otros. Todas estas situaciones requieren del intérprete ciertas destrezas que van más allá del plano lingüístico y cultural, lo cual supone un esfuerzo mental añadido para poder mediar la situación con éxito.

A continuación, trataremos las necesidades de interpretación en el mercado privado, concretamente en entornos empresariales, que es el contexto en el que se centra la presente tesis doctoral.

3.2.2.5.2.2. La interpretación en el mercado privado: entornos empresariales

La interpretación que se lleva a cabo en el mercado privado podría decirse que, por descarte, es aquella en la que no participan ni instituciones ni servicios públicos. Es decir, los participantes se representan a sí mismos o a entidades privadas. Sin embargo, resulta imposible delimitar todos los ámbitos en los que se puede requerir y nos centraremos en los entornos empresariales, que no tienen lugar en las instituciones o en los servicios públicos.

Al trabajar en entornos empresariales, el intérprete, de acuerdo con Aguayo Arrabal (2013: 65) citando a Villanueva (2010), desempeña una serie de funciones que

pueden ir desde la interpretación de enlace en reuniones de negocio a la asistencia a ferias internacionales y otros eventos. Por lo tanto, está al frente de la promoción y la asistencia en la empresa, se convierte en el guía y asesor de la relación con los clientes extranjeros.

En la presente investigación, nos centraremos en la interpretación de enlace que surge en contextos empresariales ya que, en el curso de las negociaciones entre empresarios, esta modalidad es la que se emplea en mayor medida. Esto se debe a que las intervenciones de los participantes en las conversaciones suelen ser cortas, de acuerdo con Ruiz Mezcua (2018).

Esta autora (2018) destaca que la interpretación de enlace tiene un gran valor a la hora de expandir la empresa hacia el exterior.

Cuando queremos expandir nuestras fronteras, necesitamos que ese profesional sea capaz de facilitar la comunicación inter-lingüe, de conocer las diferencias culturales, de modificar el lenguaje de acuerdo con los registros, situaciones y esquemas mentales preestablecidos y de reunirse con clientes potenciales para conseguir acuerdos con tacto y diplomacia. Por eso, generalmente, necesitamos los servicios de un intérprete (Ruiz Mezcuca, 2018: 222).

A pesar de que hoy en día emprender una transacción comercial internacional no es una novedad, sí lo son las técnicas para descubrir nuevos mercados. Por esta razón, se debe contar con un intérprete bilateral que funcione como puente entre la empresa y el cliente potencial no solo a nivel lingüístico sino, en gran parte, a nivel cultural (Ruiz Mezcuca, 2018).

De acuerdo con Roney (2001), en el ámbito del comercio exterior, se tiende a considerar que el inglés es la lengua en la que tienen lugar las negociaciones. Sin embargo, las partes de un acuerdo se sienten más seguras si pueden tomar las decisiones en su propia lengua, ya que se trata de comunicar cuestiones importantes. Esta es la razón por la cual se cuenta con intérpretes, que funcionan como puentes, pues estos traducen sentidos, no solo palabras, dominan la terminología en cuestión y dan ritmo y naturalidad a la conversación también gracias al sentido de humor, según este autor. De hecho, algo que ocurre con frecuencia es que el intérprete que trabaja en una relación comercial determinada sea la misma persona para todas las reuniones entre las partes. De esta manera lo refleja este autor (2001:7): «if you choose wisely, a good interpreter can be a business asset, making your “dream” of global expansion a “reality”».

Karanasiou (2017) se basa en Lewicki y Litterer (1985) para afirmar que una negociación es una conversación a través de la cual se busca alcanzar un acuerdo, lo cual implica que debe haber un mínimo de dos personas que interactúen y que, a su vez, tengan objetivos y propósitos diferentes pero que persigan alcanzar un acuerdo. Se puede observar que la interpretación de enlace en este ámbito tiene un componente claro de mediación (Pistillo, 2004).

Karanaïou (2017) añade que dichas negociaciones también tienen lugar en contextos donde hay normas sociales, económicas y culturales entre participantes que tienen sus propias influencias, sentimientos, objetivos y referencias. El intérprete de enlace es aquí un interlocutor más que hace las veces de puente para cubrir los vacíos en la comunicación y alcanzar el entendimiento entre ambas partes. En este contexto, algunas de las situaciones concretas en las que se puede requerir la labor de un intérprete de enlace en el marco empresarial, además de las negociaciones, son las conversaciones entre los

integrantes de una sucursal de una empresa y su propietario extranjero o entre empresarios y consultores extranjeros (Pistillo, 2004).

Para finalizar, resulta oportuno mencionar la interpretación en el ámbito geográfico de las islas Canarias con África. Según Darías Marrero (2017), existe un recorrido histórico entre estos territorios marcado por hitos, entre los que destaca «la expansión imperialista de los Reyes Católicos hacia el Atlántico» (2017:231), donde se precisaron prácticas de mediación entre canarios y africanos. Con el paso de los años dichas prácticas, explica, resultaron en una tarea habitual del siglo XXI que surge en distintos ámbitos de actuación en los que las partes implicadas proceden del continente africano y de las islas Canarias gracias, en parte, a la presencia de Casa África en Gran Canaria como frontera sur del continente europeo, institución en la que tienen lugar numerosos encuentros en los que se precisa la labor de intérpretes. Este autor afirma que, en general, cuando en Canarias se requiere la labor de intérpretes de español-francés o francés-español en todas las modalidades de interpretación mencionadas, la situación comunicativa a menudo tiene cierta relación con aspectos relativos a África y que los principales temas de dichos eventos pertenecen al ámbito cultural, al empresarial y al portuario, donde surge la necesidad de trabajar en la modalidad de interpretación de enlace en «reuniones o entrevistas de alto nivel y prestaciones que implican desplazamiento» (Darías Marrero, 2017:248).

Además de las situaciones comunicativas en las que se puedan encontrar los intérpretes, Alexieva (2014) añade un apunte que resulta oportuno mencionar en el marco específico de esta investigación, que consiste en que el hecho de que los intercambios tengan lugar en un contexto geográfico de una cultura específica hace que el papel que desempeña el intérprete resulte más importante para evitar malentendidos generados a causa de las diferencias culturales.

3.2.2.5.3. La interpretación en entornos virtuales: interpretación remota

La interpretación remota, según la AIIC (2019:10), es la interpretación

provista desde un lugar distinto del lugar en el que se encuentra el orador y la audiencia posibilitada por la tecnología de la información y comunicación (TIC), y los intérpretes reciben solamente el audio del orador (interpretación remota de audio) o el audio y la imagen de los oradores (interpretación remota de video).

Como vimos en el recorrido histórico, los primeros pasos surgieron en los años 1970 (Baigorri-Jalón, 2015). Según Ruiz Mezcua (2019:61), se trata del tipo de interpretación «más moderno que conocemos, pues se basa en una tecnología que se emplea desde el siglo XX exclusivamente y que [...] abre numerosas posibilidades para el mercado profesional».

Cuando un intérprete trabaja de forma remota, lo puede hacer tanto a través del teléfono como de plataformas de videoconferencia, y puede trabajar en modalidad simultánea, consecutiva o de enlace. Las circunstancias físicas pueden variar: los participantes pueden encontrarse en un lugar distinto al del intérprete, el intérprete puede encontrarse únicamente con un participante, o todos los participantes y el intérprete pueden encontrarse en lugares distintos (Vigier-Moreno y Lázaro Gutiérrez, 2019).

En el marco de la interpretación remota, en primer lugar, surgió la que se desarrolla a través del teléfono, denominada por ello interpretación telefónica (Fernández Pérez y Toledano Buendía, 2018). En palabras de Ruiz Mezcua (2019:62), la interpretación telefónica surgió en «contextos médicos, educativos, tribunales, policiales, servicios de urgencias o violencia de género», pero resulta «especialmente útil para las empresas, que pueden reducir costes de desplazamiento y obtener el servicio de forma más rápida». El hecho de no estar ubicado en el mismo lugar que los participantes de la conversación restringe al intérprete información acerca de la situación comunicativa.

Desempeñar la tarea de la interpretación de manera remota forma parte de la evolución tecnológica e incluye cambios en la ubicación de los intérpretes, en la organización y estructura técnica, en el apoyo técnico, entre otros. En muchos casos, esto implica un esfuerzo adicional por parte del intérprete para subsanar fallos en cuestiones técnicas (conexiones y calidad), en cuestiones humanas (falta de contacto personal tanto con la organización como con los demás intérpretes), en aspectos relacionados con el uso de herramientas (Jiménez Serrano, 2019), y de protocolo, emocionales y relacionadas con la ética (Vigier-Moreno y Lázaro Gutiérrez, 2019), entre otras. De acuerdo con estos mismos autores, el trabajo telemático está en auge en una sociedad cada vez más digitalizada, algo que ya ha empezado a afectar a la interpretación.

Gracias a las mejoras en la conectividad y la reducción de costes de telefonía, la interpretación remota ha aumentado su presencia y ha permitido ahorrar gastos de desplazamiento (Vigier-Moreno y Lázaro Gutiérrez, 2019). Sin embargo, tiene una serie

de desventajas, como son la imposibilidad de captar el lenguaje no verbal de los participantes de la conversación, la fluidez del discurso y el cambio de turno de palabra entre los participantes, lo que dificulta la tarea mediadora del intérprete (Wadensjö, 1999). En esta misma línea, esta autora (1999) añade que, cuando se trata de conversaciones telefónicas, el número de turnos de palabra se reduce y estos pasan a ser más largos, lo que supone una dificultad añadida para el intérprete.

Cabe destacar que en el año 2020, debido a la pandemia causada por la COVID-19, la interpretación remota cobró un auge relevante en un momento en el que resultaba indispensable celebrar determinadas reuniones o eventos con la participación de intérpretes, lo cual hizo que la solución fuera trabajar a distancia a través de plataformas digitales de videoconferencia (Cases Silverstone, s.f.).

3.2.3. Las lenguas francas

Originariamente, el término «lengua franca» era el nombre propio de una lengua *pidgin* del Mediterráneo, ya extinguida. Según Brosch (2015), se trataba de una lengua de contacto que permitía romper la barrera lingüística y acercar así a los participantes en la comunicación, que solían ser comerciantes, con el uso de una gramática y un léxico sencillos, integrados por un contenido restringido a las nociones necesarias para alcanzar sus objetivos comunicativos. Se estima que este nombre propio que denominaba a una lengua surgió en el siglo XIV y que se extinguió en el siglo XIX. Además, de acuerdo con este autor (2015:72), «it never developed into a creole, i.e., a pidgin which has become the mother tongue of monolinguals». En su lugar, se empezaron a utilizar lenguas nacionales —sobre todo el francés— en las actividades económicas entre europeos, africanos y árabes. Este término pasó a ser un sustantivo común que designa tanto las lenguas vehiculares en general como las lenguas *pidgin*. Las primeras, las lenguas vehiculares, son aquellas que permiten la comprensión interlingüística, como el inglés o el árabe, al igual que lo fue en el pasado el latín. En este caso, sus hablantes pueden ser nativos, y estar a un nivel superior que los demás participantes, o la pueden haber adquirido con el fin de alcanzar estos objetivos comunicativos como segundas lenguas. En el otro caso, en el de las lenguas *pidgin*, sus usuarios la han adquirido con mayor o menor esfuerzo como segunda lengua y se pueden comunicar entre ellos prácticamente al mismo nivel. Con estas diferencias, este autor afirma que los usuarios de una lengua franca pueden ser nativos, pero que su uso se puede dar en territorios donde no sea la

lengua oficial (Brosch, 2015). En esta línea, Christiansen (2015) señala que las lenguas no se deben relacionar con zonas geográficas concretas pues el inglés, por ejemplo, se habla en diversas partes del mundo. Basándose en los datos de Ethnologue (s.f.), un portal en el que se tratan únicamente datos estadísticos relativos a las lenguas, afirma que, aunque no sea la lengua dominante en número de hablantes con inglés como lengua materna, sí lo es en número de hablantes de inglés como segunda lengua.

3.2.3.1. Inglés

Mayoral Asensio (2007:46) ya destacó el papel del inglés como lengua franca en el comercio internacional y afirmó que «es garantía de eficacia en la comunicación dentro del comercio internacional cuando falla la comunicación interlingüística por cualquier razón».

Christiansen (2015) afirma que el inglés tiene el protagonismo como idioma global por excelencia y que este protagonismo se puede atribuir al creciente papel de los Estados Unidos como potencia económica y cultural. Además, este autor también comenta que es el idioma indiscutiblemente protagonista del contenido de Internet ya que el 55,3% de las páginas webs estaban en este idioma, lo que confirma su relevancia.

Eurobarómetro es el nombre que recibe una serie de estudios de la Comisión Europea sobre las inquietudes y expectativas de la población de la Comunidad Europea acerca de temática diversa. En uno de los estudios que se llevó a cabo a principios del siglo XX, se podía vislumbrar que los jóvenes europeos prefieren aprender inglés antes que francés como lengua extranjera, lo que quita cada vez más protagonismo a la que había sido la lengua franca europea (Comisión Europea, 2005). De acuerdo con Speranza (2018), el inglés es el idioma que se imparte en mayor medida como lengua extranjera en los colegios, además de ser la lengua oficial de 20 de las organizaciones internacionales más importantes.

En el siguiente gráfico podemos ver el protagonismo que tiene el inglés como idioma global por excelencia.

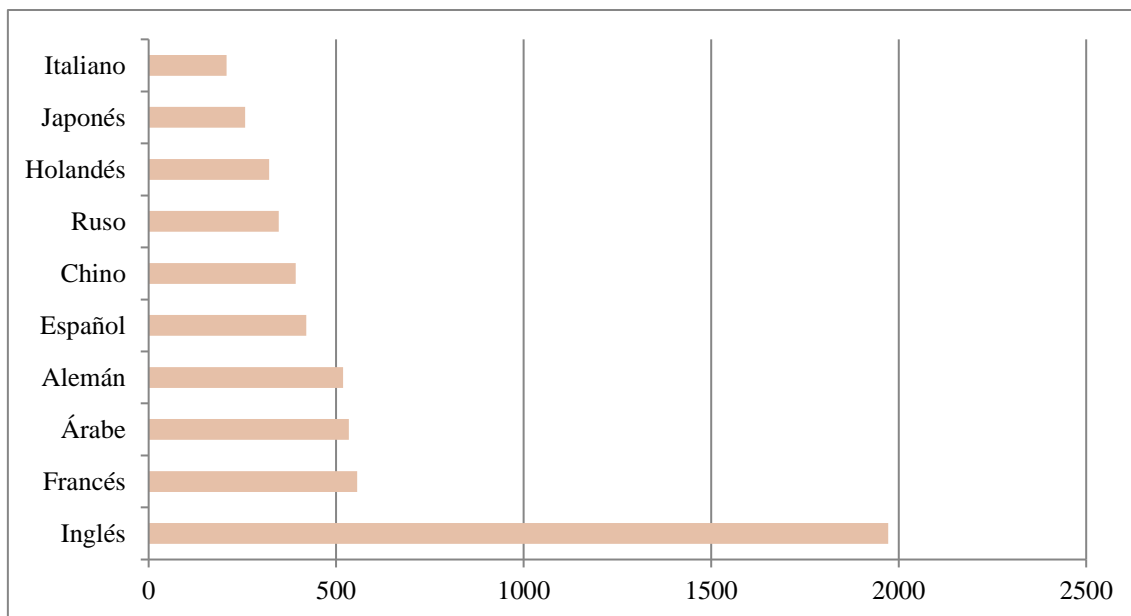


Gráfico 17. Índice de presencia global (Christiansen, 2015)

Sin embargo, a pesar de su protagonismo, Speranza (2018:2) afirma que, en el marco del comercio internacional,

as a result of globalisation, working with international clients, customers and partners is more important than ever. Although English is widely spoken, many individuals from whom it is not a first language would prefer to read about products and services, or engage with content, in their native tongue.

Con estas palabras se incide en la importancia que adquiere poder comunicarse en su lengua materna cuando de negocios se trata, a pesar de la importancia que tiene el inglés a escala internacional.

3.2.3.2. Francés

En Europa, el francés ganó prestigio en los siglos XVII y XVIII. De acuerdo con Wright (2006), el dominio de Francia en lo político, económico, cultural, tecnológico e ideológico impulsó el estudio de este idioma. Durante la Ilustración, el papel pionero de Francia en los avances científicos, sus corrientes filosóficas y políticas, así como su expansión comercial y colonial hicieron que su lengua no solo se utilizara por todo el mundo, sino que también se convirtiera en un símbolo de prestigio. De hecho, su protagonismo solo se lo arrebataron Irlanda y Reino Unido cuando entraron en la Unión Europea y convirtieron al inglés en lengua franca (Fernández Vitores, 2010).

Por otra parte, hasta los años 60 del siglo XX, Francia tenía catorce colonias africanas que, tras independizarse, seguían estando económica y políticamente controladas por el

gobierno francés, lo que explica la presencia de este idioma en África (Gautier Komenan y Jurado Quintana, 2016). Aunque algunos países de África del Norte, como Marruecos, se han inclinado hacia la arabización del idioma oficial de comunicación después de su independencia, el francés sigue siendo uno de los idiomas de muchas instituciones públicas y empresariales (Benítez Fernández, 2012). Otros países, como Mauritania o Túnez, han adoptado un modelo que mantiene el francés como lengua oficial, sobre todo al contar con la presencia de muchas minorías étnicas que no hablan árabe (Benítez Fernández, 2012).

En la siguiente tabla se pueden observar las lenguas del continente africano por país, de acuerdo con los datos disponibles en la web de Casa África.

	País	Lenguas
1	Angola	Portugués más otras 40 lenguas, la mayoría de origen bantú
2	Argelia	Árabe clásico, bereber, francés y árabe dialectal
3	Benín	Francés, fon, bariba, yoruba, adja, houeda, fulfulde
4	Botsuana	Inglés y setsuana
5	Burkina Faso	Francés
6	Burundi	Francés y kirundi
7	Cabo Verde	Portugués y criollo (kriolu)
8	Camerún	Inglés y francés y 24 otros idiomas nativos (fang, bulú, yaundé, duala, mbum, etc.)
9	Chad	Francés, árabe y sara, aparte de más de 120 lenguas locales
10	Comoras	Francés, árabe y suajili
11	Costa de Marfil	Francés
12	Egipto	Árabe
13	Eritrea	Árabe, tigríña, inglés, además de tigré, afar, kunama y otras lenguas cusitas
14	Esuatini	Inglés y siswati, además de zulú, cosa, ndebele, portugués y afrikáans
15	Etiopía	Amárico y otras 70 lenguas locales. Destacan el tigríña y el oromo, además del inglés
16	Gabón	Francés
17	Gambia	Inglés, mandinga, wolof y jola
18	Ghana	Inglés, además del twi, ewe, ga, dagbani y hausa
19	Guinea	Francés y otros 20 dialectos locales no oficiales
20	Guinea Ecuatorial	Español
21	Guinea-Bissau	Portugués y criollo
22	Kenia	Inglés y suajili además de otras lenguas locales
23	Lesoto	Inglés y sesoto, además del zulú y otros dialectos
24	Liberia	Inglés, además de otras lenguas como el quepelés, bassa, vai, grebo o criollo, considerado el inglés de Liberia
25	Libia	Árabe y bereber
26	Madagascar	Malgache y francés
27	Malawi	Inglés, además del chichewa y el chitumbuka
28	Mali	Francés, además de otras lenguas como el bambara, el peul o el dogon
29	Marruecos	Árabe y otras lenguas, francés (en negocios)
30	Mauricio	Inglés

31	Mauritania	Árabe y otras lenguas (pular, soninke, wolof, etc.) y francés
32	Mozambique	Portugués y otras lenguas nativas, como el suajili
33	Namibia	Inglés
34	Níger	Francés
35	Nigeria	Inglés, además de otras lenguas locales
36	República Democrática del Congo	Francés, además de otras cuatro lenguas nacionales
37	República Centroafricana	Francés y otras 68 lenguas y dialectos locales
38	República del Congo	Francés, además de otros idiomas nacionales como el kikongo, el lingala, el tshiluba y el suajili
39	Ruanda	Kinyarwanda, francés e inglés
40	Santo Tomé y Príncipe	Portugués, además del dialecto criollo y otras lenguas locales
41	Senegal	Francés y otros idiomas nacionales como el wolof
42	Seychelles	Inglés, francés y criollo seychellense
43	Sierra Leona	Inglés, además del frio (mezcla inglés con dialectos africanos)
44	Somalia	Somalí y árabe, además de inglés e italiano
45	Sudáfrica	Inglés y otras 10 lenguas de origen africano
46	Sudán	Árabe e inglés, además de otras lenguas locales
47	Sudán del Sur	Inglés, además de árabe y otras lenguas regionales
48	Tanzania	Suajili e inglés
49	Togo	Francés, además del ewe, mina y dagomba (lenguas locales)
50	Túnez	Árabe y francés, así como el tamazight y el islam suní
51	Uganda	Inglés y otras lenguas locales como el luganda y el suajili
52	Yibuti	Francés y árabe, así como otras lenguas como el somalí y el afar
53	Zambia	Inglés, además de otras lenguas locales como el bemba, nyanja, tonga y lozi
54	Zimbabue	Inglés, además de otros dialectos locales o idiomas nacionales como el shona y el ndebele

Tabla 15. Lenguas de los países africanos (Casa África, s.f.)

Como se ha podido comprobar, según consta en la web de Casa África, de los 54 países que tiene el continente africano, 24 de ellos tienen el francés como lengua oficial, cooficial o relativa a los asuntos burocráticos o al comercio, lo que supone que en casi la mitad (44%) del continente africano se emplea esta lengua. Dichos países se encuentran principalmente en el noroeste y centro del continente, que son las zonas que se encuentran a menor distancia del archipiélago canario.

A pesar de que el francés esté presente en gran medida en el continente, el árabe tiene un gran protagonismo. Además, África cuenta con un amplio abanico que abarca centenares de lenguas y dialectos que se emplean diariamente (Casa África, s.f.). En este estudio nos centraremos en el francés, el inglés, el portugués y el español, que son las lenguas que comparten con el continente europeo.

En el contexto particular de España, Castro Balaguer (2009) afirma que, a finales de los años 80, en España se buscaba negociar con países de Latinoamérica, en parte, por tener la lengua en común. Sin embargo, en Canarias, debido al aumento del interés por llegar a los distintos mercados africanos, en los que el francés es la lengua vehicular, el Gobierno de Canarias (2018) lanzó una campaña denominada «Habla francés y “Voilà!”». Dicha campaña se creó para animar a los canarios a estudiar francés con el fin de encontrar mejores oportunidades de empleo y de acceder a empleos internacionales, dada la demanda de personal cualificado que dominara el francés para poder desenvolverse en los países francófonos de nuestro entorno. Esta campaña se basa en el hecho de que el francés sea el idioma de las instituciones europeas y de los países africanos más cercanos.

Teniendo en cuenta todos estos factores, este estudio pretende explorar y analizar las necesidades específicas de traducción e interpretación, destacando las combinaciones lingüísticas demandadas, en las relaciones comerciales entre las islas Canarias y los países del continente africano.

4. EL ESTUDIO

4.1. Estudio preliminar

En este primer apartado del estudio se presentará el estudio preliminar que se llevó a cabo en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Gran Canaria. Se hará una descripción sobre la contextualización y el desarrollo del estudio y se presentarán los resultados obtenidos y las conclusiones.

4.1.1. Contextualización y desarrollo del estudio

Como preludeo al estudio principal de la viabilidad de la presente tesis, se ha podido llevar a cabo un sondeo preliminar en el que una serie de empresas canarias que acudieron a los encuentros empresariales del proyecto ConfiÁfrica dieron respuesta a un número de preguntas sobre sus necesidades lingüísticas en el marco de su actividad con países africanos. Dicho estudio permitió extraer resultados útiles para su posterior desarrollo en el estudio central de esta investigación (Álvarez Díaz y Adams, 2021).

ConfiÁfrica (s.f.) fue un proyecto europeo de cooperación internacional con una duración de tres años (2017 – 2019) que se creó para ofrecer a las pymes canarias una serie de herramientas para reforzar las relaciones entre Canarias y África. Para ello, llevaban a cabo distintas acciones que permitían potenciar las oportunidades de negocio en las exportaciones, inversiones o licitaciones mediante consorcios, así como aquellas que fomentaban la cooperación y la colaboración entre empresas canarias y africanas. La finalidad de estas actividades era emprender negocios juntos y acceder así a nuevos mercados a través de alianzas estratégicas. Este proyecto lo integraba un amplio abanico de socios, tanto canarios como africanos, entre los que se encontraba la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Gran Canaria.

En el marco de este proyecto, la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Gran Canaria diseñó un cuestionario con una serie de preguntas con el fin de obtener información de empresas que participaron en varios eventos empresariales que tuvieron lugar en Mauritania, Senegal y Cabo Verde en 2017, 2018 y 2019, respectivamente. En dicho cuestionario, se incluyeron cuatro preguntas relativas a las necesidades de traducción e interpretación, lo que permitió esclarecer de forma preliminar la viabilidad del estudio que constituye el eje central de esta tesis doctoral.

El objetivo principal del estudio era conocer las necesidades específicas de traducción e interpretación de las empresas canarias con actividad en África. Como objetivos secundarios, se planteó conocer la lengua que más se emplea en este contexto, los documentos que más se traducen, la frecuencia con la que estas empresas necesitan traducir documentos y la frecuencia con la que necesitan trabajar con intérpretes.

Los datos que nos fueron remitidos desde la Cámara Oficial de Comercio se correspondían exclusivamente con las respuestas a las preguntas que nos permitieron incluir, por lo que no hemos podido conocer exactamente los sectores en los que se enmarca la labor de las empresas en cuestión, ni su tamaño ni otros datos que permitieran tipificar la muestra. Se trata de empresas canarias que estaban basadas en Mauritania, Senegal o Cabo Verde o que enviaban productos desde Canarias a dichos países.

Al tratarse de un cuestionario más amplio y que incluía diversas disciplinas, resultaba necesario que las preguntas fueran breves y reducidas en número. Por ello, se optó por cuatro preguntas que se plantearon en cada encuentro empresarial, centradas en las necesidades de traducción e interpretación y las lenguas más empleadas en la actividad de las empresas con África.

El cuestionario, a modo de resumen, fue el siguiente (Tabla 16). En los encuentros que tuvieron lugar en Mauritania y Senegal se preguntó acerca del francés y el inglés, y en el encuentro que tuvo lugar en Cabo Verde se preguntó sobre el portugués y el inglés. En la siguiente tabla se observa que las preguntas 1 y 4 tienen variaciones en función del país en el que se entregó el cuestionario.

Pregunta 1: ¿Con qué frecuencia necesitan traducir documentos al francés o al inglés? (cuestionario entregado en Mauritania y Senegal)			
Todos los meses	De vez en cuando	Para eventos o campañas específicas	
Pregunta 1: ¿Con qué frecuencia necesitan traducir documentos al portugués o al inglés? (cuestionario entregado en Cabo Verde)			
Todos los meses	De vez en cuando	Para eventos o campañas específicas	
Pregunta 2: ¿Qué tipos de documentos suelen ser? (marque todos los casos pertinentes)			
Correspondencia	Información sobre productos/servicios	Información sobre transporte/envío de productos	Otro (especifique)

Pregunta 3: ¿Trabaja con intérpretes para sus reuniones con clientes/proveedores extranjeros?		
Todos los meses	De vez en cuando	Para eventos o campañas específicas
Pregunta 4: ¿Con qué idioma tienen más necesidad de trabajar? (cuestionario entregado en Mauritania y Senegal)		
Francés	Inglés	Otro (especifique)
Pregunta 4: ¿Con qué idioma tienen más necesidad de trabajar? (cuestionario entregado en Cabo verde)		
Portugués	Inglés	Otro (especifique)

Tabla 16. Cuestionario del estudio preliminar en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Gran Canaria

En el cuestionario se incluyeron el inglés, en todos los casos, por considerarse la lengua franca por excelencia, así como el francés, por ser la lengua oficial o administrativa de Mauritania y Senegal, y el portugués, por ser la lengua oficial de Cabo Verde.

En segundo lugar, por la relevancia que tiene la correspondencia en el comercio exterior (Socorro Trujillo, 2012), así como las diferentes formas de ofrecer información sobre los productos o servicios (folletos, anuncios, informes técnicos), según las fuentes citadas en capítulos anteriores, y por el gran número de tipos de documentos del comercio exterior, se decidió incluir estas opciones para abarcar documentos que correspondieran a empresas que exportaran tanto servicios como productos. Además, se añadió la opción «otro (especifique)» para conocer otros tipos de documentos que no se hubieran mencionado en capítulos anteriores y que pudieran resultar relevantes en el estudio.

Por otra parte, con las respuestas a la tercera pregunta se pudo conocer si las empresas necesitan trabajar con intérpretes en su actividad exterior y con qué frecuencia. De esta manera, se pudo comparar la demanda de traducción y la de interpretación.

Y, por último, la cuarta pregunta permitió vislumbrar, de forma preliminar, cuál es la lengua que se emplea en mayor medida en la actividad comercial entre Canarias y África.

Una debilidad del estudio preliminar consiste en el desconocimiento del tamaño de las empresas y de otros datos que nos permitieran tipificar la muestra, unos aspectos que se corrigieron en el estudio principal de esta tesis.

4.1.2. Resultados y conclusiones

Al ser un estudio piloto, a continuación se presentarán brevemente los resultados y conclusiones que se obtuvieron.

En el primer encuentro empresarial, que tuvo lugar en Mauritania en 2017, un total de 14 sujetos cumplimentaron el cuestionario. Se trataba de 14 sujetos que pertenecían a 14 empresas diferentes, independientemente del sector en el que llevaban a cabo su labor, que tenían sede en Mauritania o que prestaban servicios o vendían productos a dicho país. Al año siguiente, en 2018, en el segundo encuentro empresarial, que tuvo lugar en Senegal, otros 5 sujetos de empresas diferentes respondieron a las preguntas del cuestionario. Por último, en el año 2019, en el tercer encuentro empresarial del proyecto ConfiÁfrica, que se celebró en Cabo Verde, 3 sujetos dieron respuesta al cuestionario.

En total, la muestra del estudio preliminar se compone de 22 sujetos, cada uno de una empresa de Canarias diferente, que envía productos, presta servicios o está instalada en Mauritania, Senegal o Cabo Verde.

A continuación, se presenta un esquema de los resultados obtenidos, donde MR se refiere a las respuestas obtenidas en el encuentro en Mauritania; SN, en Senegal, y CV, en Cabo Verde.

Pregunta 1: ¿Con qué frecuencia necesitan traducir documentos al francés o al inglés? (cuestionario entregado en Mauritania y Senegal)			
Al francés			
	Todos los meses	De vez en cuando	Para eventos o campañas específicas
MR	33%	58%	8%
SN	25%	75%	0%
Al portugués			
	Todos los meses	De vez en cuando	Para eventos o campañas específicas
CV	66%	33%	0%
Al inglés			
MR	22%	44%	33%
SN	0%	60%	40%
CV	33%	66%	0%

Pregunta 2: ¿Qué tipos de documentos suelen ser? (marque todos los casos pertinentes)				
	Correspondencia	Información sobre productos/servicios	Información sobre transporte/envío de productos	Otro (especifique)
MR	37%	32%	21%	11%
SN	25%	50%	25%	0%
CV	0%	50%	25%	25%
Pregunta 3: ¿Trabaja con intérpretes para sus reuniones con clientes/proveedores extranjeros?				
	Todos los meses	De vez en cuando	Para eventos o campañas específicas	
MR	0%	66%	33%	
SN	0%	100%	0%	
CV	0%	100%	0%	
Pregunta 4: ¿Con qué idioma tienen más necesidad de trabajar? (cuestionario entregado en Mauritania y Senegal)				
	Francés	Inglés	Otro (especifique)	
MR	71%	29%	0%	
SN	100%	0%	0%	
Pregunta 4: ¿Con qué idioma tienen más necesidad de trabajar? (cuestionario entregado en Cabo verde)				
	Portugués	Inglés	Otro (especifique)	
CV	100%	0%	0%	

Tabla 17. Resumen de las respuestas obtenidas en los tres cuestionarios elaborados en colaboración con la Cámara de Comercio de Gran Canaria (Álvarez Díaz y Adams, 2021)

Según la tabla anterior, los resultados reflejaron una mayor demanda de traducción que de interpretación. En el ámbito de la traducción, se percibe que existe una mayor tendencia a trabajar desde la lengua extranjera hacia el español, es decir, del francés al español en los casos de Mauritania y Senegal, y del portugués al español en el caso de Cabo Verde.

Por otra parte, también se ha podido observar que algunos tipos de documentos que más se traducen, según los sujetos que participaron en el encuentro en Senegal, se correspondían con los de los participantes del estudio que se desarrolló en Cabo Verde. Se trata de la información relativa a los productos y servicios de la empresa y de la información sobre el transporte o el envío de productos. Sin embargo, los sujetos del encuentro de ConfiÁfrica en Mauritania, que son los que albergan un mayor número de sujetos, necesitan traducir sobre todo la correspondencia.

Los resultados de los tres encuentros reflejaron que la demanda de servicios de interpretación era bastante baja; un aspecto que se explorará en esta tesis para conocer las situaciones en las que se precisa de estos servicios. Por último, en los resultados obtenidos en este estudio preliminar, realizado en estos tres países, se puede destacar que la lengua franca en este entorno es el francés, en el establecimiento de vínculos comerciales entre las islas Canarias y los países mencionados.

Con estos resultados se procedió a elaborar un cuestionario que tratara exclusivamente las necesidades de traducción y de interpretación de las empresas, al contrario de lo que ocurría en el cuestionario de la Cámara de Comercio, que era un cuestionario multidisciplinar donde disponíamos de un cupo limitado de preguntas sobre sus necesidades lingüísticas. Teniendo en cuenta lo expuesto por los estudiosos en esta materia, la información disponible sobre las características de las empresas canarias que se enmarcan en este tipo de actividad y los resultados obtenidos en el estudio piloto, se diseñaron las preguntas oportunas y se pudieron refinar aquellos aspectos de las preguntas que requirieron algún ajuste en el cuestionario final.

4.2. Estudio principal

Este apartado tiene como eje central el cuestionario acerca de las necesidades de traducción e interpretación de las empresas canarias con actividad comercial en países africanos. Como ya se ha explicado, los resultados que se obtuvieron en el cuestionario preliminar que se llevó a cabo en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Gran Canaria han constituido la base para diseñar un cuestionario más amplio, que incluye exclusivamente preguntas acerca de las necesidades de traducción y de interpretación de las empresas canarias con presencia en países africanos.

4.2.1. Población de estudio

Debido a que, por una parte, el número de exportaciones que parten de Canarias hacia países africanos es muy superior al número de importaciones que hacen las islas desde el continente africano, y que, por otra, existe un registro de empresas canarias con actividad económica en dichos países del continente vecino, la población de la muestra la constituyen empresas que exportan productos o prestan servicios a países del continente africano.

Las respuestas por parte de estas empresas canarias constituyen el corpus principal de la presente investigación. Dichas respuestas se trataron de forma anónima, aunque aquellas empresas que lo autorizaron fueron mencionadas.

4.2.2. Muestra del estudio

Para identificar las empresas canarias que exportan productos o prestan servicios a países africanos, se ha accedido a diversas fuentes de información que enumeran empresas canarias que tienen actividad en dichos países.

En primer lugar, se ha acudido al portal ya mencionado AFRICAinfomarket, creado por varias instituciones públicas, como la Cámara de Comercio de Gran Canaria, la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, la Sociedad Canaria de Fomento Económico (PROEXCA) o el Gobierno de Canarias. Dicho portal presenta un directorio de empresas canarias en África, que contiene datos de contacto de las personas que se encargan de la actividad con este continente, además de los países africanos en los que operan las empresas y el sector de actividad en el que se produce la relación comercial, que detallaremos en epígrafes posteriores.

Puesto que esta base de datos contenía el contacto (números de teléfono, correos electrónicos o ambos) de la mayoría de las empresas que figuraban en ella, se contactó por ambas vías a todas las empresas que presentaban estos datos y, tras comprobar que una gran mayoría ya no operaba en África o estaba extinguida, por la antigüedad con la que se creó el portal, la suma de empresas canarias que constaban en AFRICAinfomarket que tiene actividad en países africanos ascendía a 21.

En segundo lugar, se acudió a la página web de PROEXCA, en cuyo directorio de empresas canarias con presencia internacional se pueden filtrar aquellas empresas canarias que operan en países africanos. Al igual que en el caso anterior, el portal presenta información diversa relacionada con las empresas, como los datos de contacto, el porcentaje de capital canario, el sector de actividad, el número de empleados y, en algunos casos, los países africanos concretos en los que tienen actividad. Entre los años 2017 y 2021 se hicieron varias búsquedas que permitían actualizar la información extraída y, tras contactar con todas las empresas en 2021, se pudo comprobar que el número total de empresas canarias que figuraba en el portal, con actividad en África, y que no figuraba en la base de datos consultada en primer lugar (AFRICAinfomarket), era de 51.

En tercer lugar, se acudió al registro de exportaciones de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España y se filtró la búsqueda atendiendo a las exportaciones que se llevaron a cabo en 2020 y 2021 desde Canarias al continente africano. El portal ofrece los nombres de las empresas, la provincia canaria en la que se encuentran (Santa Cruz de Tenerife o Las Palmas), los países africanos a los que se hacen estos envíos y el tipo de producto exportado.

Tras eliminar aquellas que ya figuraban en las dos fuentes citadas anteriormente, se hizo una labor de búsqueda de los teléfonos de contacto de las empresas que figuraban en la base de datos y, tras contactar con ellas, se pudo comprobar que al número de empresas canarias con actividad en África se sumaban 7.

En total, las tres fuentes de datos consultadas reflejaron un total de 79 empresas canarias que exportan productos o prestan servicios a países africanos, de las cuales, 53 dieron respuesta al cuestionario. En la siguiente tabla se puede observar la distribución de empresas colaboradoras en el estudio según los datos de registro.

Base de datos	Número de empresas canarias con actividad en África	Número de empresas que colaboraron en el estudio
AFRICAinfomarket	21	14
PROEXCA	51	36
Cámara de Comercio	7	3
Total	79	53

Tabla 18. Distribución de las empresas colaboradoras en el estudio según los datos de registro

Se puede observar que más de la mitad del total de empresas que figura en cada fuente de datos, menos en el caso de la Cámara de Comercio, ha participado en este estudio.

A las 53 empresas que dieron respuesta se les pedía, al finalizar, que ofrecieran el contacto de otras empresas canarias que tuvieran actividad en África y, gracias a sus aportaciones, otras 8 empresas que no figuraban en ninguna de estas tres bases de datos respondieron al cuestionario. En conclusión, la muestra final del estudio está formada por 61 empresas colaboradoras.

4.2.3. Metodología

Para alcanzar los objetivos planteados en esta tesis doctoral, se diseñó un cuestionario compuesto de 58 preguntas, que figura como Anexo III. Dicho cuestionario se divide en

tres bloques. El primer bloque contiene preguntas acerca de los datos generales de la empresa colaboradora, sus relaciones con socios del continente africano y determinados datos sobre las personas que se encargan de las transacciones comerciales con clientes de África, entre otros. El segundo bloque incluye las preguntas relativas a las necesidades de traducción de las empresas a la hora de exportar sus productos o prestar servicios a países africanos y el tercero comprende las preguntas relativas a las necesidades de interpretación de dichos empresarios canarios con actividad en África.

Con el primer bloque se pretendía conocer el número de empleados de la empresa para tener una idea de su tamaño, así como los países africanos con los que tenían actividad comercial. En dicha pregunta se incluyó una tabla con todos los países africanos para que quienes dieran respuesta pudieran seleccionar de forma sencilla los países en cuestión. Asimismo, se preguntó sobre la antigüedad con la que las empresas han trabajado en el continente africano y si tenían un local u oficina en alguno de dichos países. En caso de que tuvieran local u oficina se les preguntaba en qué países estaban ubicados y con cuántos empleados. Así, se podía conocer también el tamaño de la empresa en el exterior. A quienes no tenían local u oficina, se les preguntó de qué manera mantenían las relaciones comerciales con países africanos (de manera *online* o con desplazamientos al país, entre otros). Igualmente, con el fin de conocer si se trataba de un vínculo estrecho o esporádico, se les preguntó con qué frecuencia enviaban productos o prestaban servicios a países africanos.

Como parte de este primer bloque sobre las preguntas genéricas de la relación de la empresa con África, también se les preguntó si tenían empleados en la empresa en Canarias que se dedicaran a la actividad con África y, en caso de que los tuvieran, se ahondó sobre el número de empleados del que se trataba y sobre la lengua con la que se comunicaban con sus clientes o socios africanos. Este último aspecto permitía saber si los empleados que se dedicaban a la actividad comercial con África necesitaban conocer la lengua del país en cuestión u otra lengua vehicular para poder comunicarse, teniendo en cuenta el país en el que estaba instalado el local o la oficina y su lengua oficial.

Cabe destacar que en el cuestionario se hacía alusión a «idiomas» en todo momento para que los participantes no relacionaran el término de «lengua» empleada en el país africano como «lengua minoritaria», ya que se trata de un público que no pertenece al ámbito de la traducción y la interpretación y de un continente donde conviven abundantes lenguas

minoritarias. Sin embargo, en la descripción de las preguntas, así como en el resto del contenido del presente capítulo, haremos mención a las «lenguas».

Para finalizar el primer bloque, se preguntó sobre los principales productos o servicios que exportaban o prestaban a países africanos y se dedicó un espacio para preguntarles sobre las lenguas que más empleaban en su actividad con países africanos. El primer motivo por el que se preguntó sobre las lenguas en el primer bloque era fundamentalmente porque, en un principio, el cuestionario se diseñó para ser entregado a través de una plataforma digital que permitiera dividir las preguntas por bloques. Al ser un cuestionario considerablemente extenso, era necesario garantizar que, como para cambiar de bloque los sujetos tenían que guardar las respuestas, al menos si respondían al primer bloque y lo guardaban se podría disponer de los datos de las lenguas con las que se comunicaban, en caso de que abandonaran el cuestionario posteriormente.

Las dos preguntas que cerraban el primer bloque permitían, pues, conocer la frecuencia con la que las empresas canarias necesitaban trabajar con el español, el inglés, el francés y el portugués en su actividad con África (lenguas que se seleccionaron en el cuestionario preliminar en el marco del proyecto ConfiÁfrica y que constituyen las lenguas que tienen en común África y Europa), así como la lengua que más se empleaba si tuvieran que seleccionar una única opción, lo cual permitiría comparar los resultados con los que se extrajeron del cuestionario piloto mencionado.

En el segundo bloque del cuestionario, sobre las necesidades de traducción de las empresas, se pretendía averiguar con qué frecuencia necesitaban traducir documentos de o hacia las distintas lenguas mencionadas, cómo cubrían dichos servicios de traducción escrita —lo cual permitiría conocer, entre otros, si existe un mercado laboral potencial para traductores externos o en plantilla en Canarias, en función de las lenguas implicadas— y cuáles eran los documentos que más necesitaban traducir.

En este caso, se formularon las mismas preguntas con referencia al inglés, al francés y al portugués. Se trata de una serie de seis preguntas, de las cuales, cuatro indagan sobre los tipos de documentos que necesitaban traducir, que se repiten tres veces: en primer lugar, se formularon las preguntas sobre las necesidades de traducción de documentos del o al inglés; en segundo lugar, del o al francés, y, en tercer lugar, del o al portugués.

En las preguntas relativas a los documentos, se recogieron los tipos de documentos que se detallaron en el marco teórico. Debido a la gran cantidad de documentos que se incluyeron en el cuestionario, se optó por dividir la pregunta en tres con la premisa de simplificar y unificar al máximo los tipos de documentos para que quienes cumplimentaran el cuestionario pudieran tanto ofrecer una respuesta lo más detallada posible como ahorrar tiempo para cumplimentarlo.

La primera de ellas incorporaba aquellos tipos de documentos relacionados con la información, la comunicación con el cliente, los trámites aduaneros o el control de la calidad. Se tomó como base la clasificación de documentos mercantiles para el comercio internacional de Socorro Trujillo (2008), así como la de Fontenay (1996). Aunque esta última hiciera referencia únicamente a las cartas, se extrapoló su función a los correos electrónicos y se incluyó una selección en el cuestionario. A estas clasificaciones se añadieron los tipos de documento «SMS» y «mensajes de WhatsApp» por su uso frecuente, como se explicó en apartados anteriores. También se incorporaron las «licitaciones», por haber estado presentes en el cuestionario que se elaboró en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Gran Canaria, lo que permitió corroborar los resultados obtenidos en el estudio piloto. También se añadieron los «folletos de información de productos» y los «anuncios», por su protagonismo en el ámbito comercial, así como los «informes técnicos o certificaciones», por su importante función en las empresas que prestan servicios.

En la segunda pregunta, relativa a los documentos de transporte, se tomó exclusivamente la clasificación de Socorro Trujillo (2008) y se enumeró cada tipo de documento de transporte marítimo y aéreo, pero se agruparon los tipos de documento fluvial, por carretera o ferrocarril, por correo postal, multimodal y los de acompañamiento al transporte. De esta manera, se ha podido simplificar en cierta medida la pregunta.

Para poder hacer una clara diferenciación entre los documentos relacionados con la comunicación con el cliente y los documentos de control, se ha decidido incluir la *Packing List* como documento de transporte, a pesar de que la clasificación de Socorro Trujillo (2008) incorporara este tipo de documento como documento informativo. Al estar relacionado con el tipo de mercancía, su tamaño, embalaje, etc., como describe Solano Sánchez (2014), resultó oportuno incluirla entre los documentos de transporte a los que hace referencia el cuestionario que se diseñó en este estudio. Por otra parte, se trata de un

tipo de documento que solo se emite cuando se exportan productos físicos, por lo que las empresas de servicio no precisan emitirlo excepto cuando necesitan enviar material o maquinaria para trabajar con ella en el país de destino.

Por último, en la tercera pregunta, sobre los tipos de documentos financieros, también se tomó como base la clasificación de Socorro Trujillo (2008). Igualmente, se unificaron varios tipos de documentos en sus categorías y se agruparon otros por similitud. Es el caso, por ejemplo, del «aviso de pago o impago», que en la clasificación de dicha autora (2008) se correspondía con dos tipos de documento por separado. También se suprimieron algunos tipos de documentos financieros, por su escasa relevancia en este estudio, como la «tarjeta de crédito» o el «billete». Otros documentos, como el «crédito documentario» o los documentos relativos a la apertura, movimiento o cancelación de cuentas en el exterior, debían figurar en las preguntas de este cuestionario pues a la hora de emprender negocios en el extranjero podrían ser necesarios para hacer frente a inversiones económicas. Es también el caso del «aviso de aceptación de pago o cobro» o el «aviso de pago o impago», que podría ser necesario traducir para la comunicación con el cliente en lo relativo a los aspectos económicos de una transacción.

Por último, se añadió una pregunta abierta en la que los participantes podían aportar cualquier otro documento que no se hubiera incluido en el cuestionario y que necesitaran traducir en la combinación lingüística en cuestión en el marco de su actividad en países africanos.

Como comentamos, a continuación se repitieron las seis preguntas sobre las necesidades de traducción del o al francés y, posteriormente, del o al portugués, y se cerró el segundo bloque.

El tercer bloque incorporaba las preguntas relacionadas con la interpretación. Al tratarse de sujetos que no pertenecían al campo de la traducción se decidió añadir el término «traducción oral» cada vez que se hacía referencia a la interpretación y «traductor oral» cuando se aludía a la figura del intérprete. Este tercer bloque incluía una primera pregunta que funcionaba como filtro en la que se les preguntó si alguna vez habían necesitado trabajar con un intérprete para la actividad comercial de la empresa con África. Como se les daban distintas opciones (todas las semanas, todos los meses, algunas veces al año, esporádicamente o nunca), aquellos que seleccionaron «nunca» no tenían que responder a ninguna otra pregunta del bloque sobre las necesidades de interpretación.

A continuación, se presentaron cuatro preguntas sobre las modalidades en las que los sujetos necesitaban trabajar. Por orden, se les preguntó si necesitaban trabajar con intérpretes en modo simultáneo, en modo consecutivo y, aunque no constituya una modalidad en sí, se les preguntó si necesitaban trabajar con intérpretes en situaciones no presenciales y, en caso de que lo necesitaran, si empleaban alguna plataforma en concreto. En todos los casos se ofrecía una definición de la modalidad para que pudieran distinguirlas. Se incluyó la interpretación remota ya que este cuestionario se entregó en un momento donde predominó el teletrabajo a causa de la emergencia sanitaria causada por la COVID-19, que pudo haber afectado a la comunicación de las empresas de la muestra con sus clientes africanos y que pudo tener relación con la gestión de la actividad con África de forma *online*. Además, con respecto a este último apunte, para conocer, con perspectivas a formar a intérpretes, cuál es la que demanda el mercado de manera preponderante, se les preguntó cuál es la plataforma o *software* que emplearon en mayor medida. Sin embargo, no se incluyó la pregunta sobre las necesidades de interpretación de enlace ya que consideramos que, al ser la modalidad predominante en los entornos empresariales, de acuerdo con lo que se describió en el marco teórico, se preguntó acerca de esta modalidad de forma aislada en cada pregunta de interpretación de cada lengua concreta, que describiremos a continuación.

Seguidamente, se incluyeron seis preguntas relativas a las necesidades de contar con intérpretes de inglés, las seis mismas preguntas relativas a las necesidades de contar con intérpretes de francés y las seis mismas preguntas relativas a las necesidades de contar con intérpretes de portugués.

En primer lugar, se les preguntó la frecuencia con la que los empresarios de la muestra necesitaban trabajar con intérpretes de inglés en el marco de su actividad con África. En la pregunta sobre la frecuencia, en todos los casos se emplearon las mismas opciones de respuestas, que incluían la opción «nunca», que hacía que los sujetos tuvieran que saltar a la siguiente pregunta relativa a las necesidades de interpretación de francés. En segundo lugar, y con el fin de conocer las oportunidades laborales de los intérpretes de Canarias, se les preguntó cómo cubrían los servicios (con personal en plantilla, con intérpretes externos u otra opción) y si precisaban de intérpretes externos que fueran canarios, africanos o de otros lugares. Posteriormente, se preguntó en qué direcciones necesitaban que trabajaran los intérpretes (de inglés a español, de español a inglés o en ambas direcciones), lo cual permitiría distinguir, en una muestra que no era especialista en el

ámbito de la traducción y la interpretación, si se trataba de una interpretación de enlace de inglés. Las respuestas a la última pregunta en la que se les preguntó en qué situaciones necesitaban la labor de un intérprete de inglés para su actividad comercial con África contribuirían a esclarecer si efectivamente se empleaba en mayor medida la interpretación de enlace. A los sujetos se les ofrecía una serie de opciones de situaciones comunicativas que obedecían a las situaciones comentadas en el apartado 3.2.2.5. De acuerdo con Darías Marrero (2006) y Karanaïou (2017), los intérpretes se requieren en fases de negociación. Además, Socorro Trujillo (2012) hacía hincapié en la correspondencia comercial en las fases previas a alcanzar una negociación, por lo que a través de esta pregunta se pretendía conocer, en primer lugar, con qué frecuencia los sujetos de la muestra necesitan intérpretes en reuniones presenciales con posibles clientes.

De acuerdo con Karanaïou (2017), también se requiere la labor de intérpretes en situaciones donde hay un intercambio de conocimiento donde los participantes tienen los mismos objetivos o son muy similares. Por ello se añadió la opción «reuniones presenciales con socios».

En tercer lugar, esta misma autora comentaba la importancia del intérprete en los contextos geográficos donde una de las partes se encuentra en otra cultura en la que necesita un mediador para evitar malentendidos. Al tratarse de un cuestionario dirigido a empresarios canarios, se incluyó la opción «en visitas de empresa al país africano» porque es la cultura de destino en la que podría requerir estos servicios.

Luego, por la relevancia de la interpretación en situaciones no presenciales a causa del avance tecnológico y de la situación pandémica en la que se llevó a cabo la recogida de datos del presente cuestionario, se añadieron las dos últimas opciones de la pregunta, que son «conversaciones telefónicas» y «videoconferencias». Estas mismas opciones se emplearon en las seis siguientes preguntas, pero con referencia a la interpretación de francés y a las seis siguientes con respecto al portugués.

Por último, tras cerrar el tercer bloque, se añadió una pregunta que permitiría conocer otros aspectos que no se habían contemplado en el cuestionario y que podían nutrir la investigación o abrir camino a futuras líneas. Los sujetos podían responder libremente si tenían algún otro comentario relacionado con sus necesidades lingüísticas para el comercio con países africanos.

4.2.4. Metodología del muestreo

Para obtener las respuestas al cuestionario, inicialmente se insertaron las preguntas en una plataforma de encuestas llamada Survey Monkey, que requería una suscripción mensual y permitía diseñar determinados tipos de preguntas que no se podían incluir en otras plataformas gratuitas. En dicha plataforma había que crear una serie de bloques de preguntas que permitía que aquellas preguntas que actuaban como filtro pudieran funcionar correctamente y hacer al sujeto saltar de bloque en bloque o de pregunta en pregunta, en caso de que fuera necesario. Este es el caso, por ejemplo, de la pregunta «¿Trabaja con intérpretes (traductores orales) de francés para sus relaciones comerciales con África?». En caso de responder «nunca», se debe pasar a la pregunta «¿Trabaja con intérpretes (traductores orales) de portugués para sus relaciones comerciales con África?» ya que, si la persona que cumplimentaba el cuestionario no necesitaba trabajar con intérpretes de francés, no podría responder preguntas como «¿En qué situaciones necesita la labor de un intérprete (traductor oral) de francés para sus relaciones comerciales con África?».

El día 15 de marzo de 2021 se empezó a contactar telefónicamente con las empresas que figuraban en las bases de datos antes mencionadas. Aquellas que accedían a participar en el estudio facilitaban el correo electrónico de las personas encargadas de las áreas internacionales o de la actividad con África, a quienes se les enviaba el cuestionario a través de la plataforma Survey Monkey. En el plazo de un mes, solo se obtuvieron cuatro respuestas. Creemos que esa baja participación se debió a que cumplimentar el cuestionario de forma escrita requería más tiempo del esperado y la mayoría de las empresas a las que se enviaba el cuestionario no lo finalizaban. Por este motivo, el 13 de abril de 2021 se decidió contactar telefónicamente con las empresas que figuraban en las bases de datos para concertar una cita telefónica en la que se les planteaban las preguntas del mismo cuestionario que se había insertado en la plataforma de encuestas Survey Monkey pero de forma oral. De esta manera, el 15 de junio de 2021, se pudo finalizar la etapa de muestreo con un total de 61 respuestas de empresas canarias con actividad comercial en países africanos.

4.2.5. Descripción de las respuestas

Las respuestas obtenidas en el cuestionario constituyen nuestro corpus de estudio. A continuación, se presentarán las respuestas de cada bloque.

4.2.5.1. Resultados del primer bloque del cuestionario: información general sobre la actividad de la empresa con África

La primera pregunta, cuya respuesta era opcional, permitía conocer el nombre de la empresa que colaboró en el estudio, con el fin de incluir el nombre de aquellas que lo aceptaran en el listado de empresas colaboradoras.

La segunda pregunta era una pregunta abierta en la que los sujetos debían escribir el número de empleados de la empresa, lo que nos permitiría conocer el tamaño medio de las empresas canarias que trabajan con países africanos. Para poder representarlo, se ha agrupado a las empresas atendiendo a la clasificación del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital (2005), donde se considera microempresa la que tiene menos de 10 empleados; pequeña, la que tiene entre 10 y 49; mediana, la que tiene entre 50 y 249, y grande, la que tiene más de 250 empleados, por lo que la clasificación para describir las respuestas ha resultado ser la siguiente:

- Entre 1 y 9 empleados
- Entre 10 y 49 empleados
- Entre 50 y 249 empleados
- Más de 250 empleados

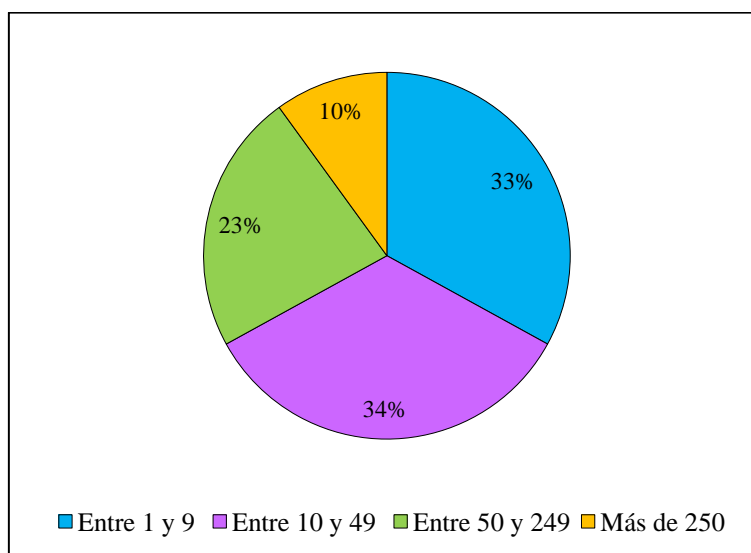


Gráfico 18. Número de empleados de las empresas colaboradoras

Un 34% de la muestra se compone de empresas que tienen entre 10 y 49 empleados, seguido de un 33% que tiene entre 1 y 9, de un 23% que tiene entre 50 y 249 y, por último, de un 10% que tiene más de 250. Podemos observar que, en general, se trata de empresas

de tamaño reducido, ya que el 67% (si sumamos las que tienen entre 1 y 9 empleados y las que tienen entre 10 y 49) tiene menos de 50 empleados.

La tercera pregunta es de respuesta múltiple y permitiría vislumbrar cuáles son los países en los que opera la mayoría de las empresas que participaron en el estudio. Para ello, expondremos a continuación el número de empresas que marcó la casilla del país en cuestión por orden alfabético y, posteriormente, se presentará de forma gráfica los países en los que opera un mayor número de empresas.

Angola	5	Guinea Ecuatorial	13	Ruanda	2
Argelia	4	Guinea-Bissau	7	Santo Tomé y Príncipe	4
Benín	7	Kenia	5	Senegal	34
Botsuana	1	Lesoto	1	Seychelles	2
Burkina Faso	5	Liberia	5	Sierra Leona	6
Burundi	2	Libia	2	Somalia	2
Cabo Verde	23	Madagascar	3	Suazilandia	1
Camerún	6	Malawi	2	Sudáfrica	7
Chad	3	Mali	9	Sudán	1
Comoras	2	Marruecos	35	Sudán del Sur	1
Congo	3	Mauricio	5	Tanzania	6
Costa de Marfil	10	Mauritania	33	Togo	6
Egipto	3	Mozambique	6	Túnez	2
Eritrea	1	Namibia	2	Uganda	2
Etiopía	2	Níger	4	Yibuti	1
Gabón	5	Nigeria	9	Zambia	2
Gambia	12	Rep. Árabe Saharaui Dem.	1	Zimbabue	2
Ghana	11	República Centroafricana	3		
Guinea	11	Rep. Dem. del Congo	4		

Tabla 19. Número de empresas canarias que operan en África (por país)

Como muestra la tabla 19, en todos los países africanos tiene actividad al menos una empresa canaria. A continuación, se tomaron aquellos en los que tiene actividad un mínimo de 6 empresas para representar gráficamente los principales países de destino de las exportaciones de productos y las prestaciones de servicios.

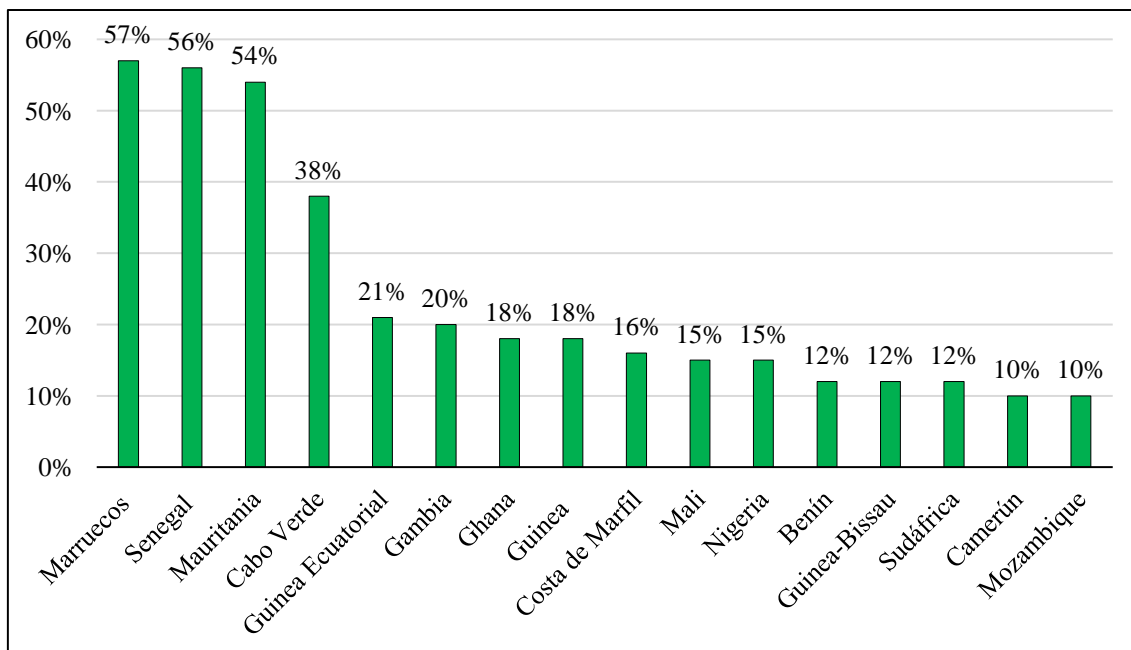


Gráfico 19. Principales países en los que operan las empresas canarias de la muestra

Más de la mitad de las empresas canarias que participaron en el estudio tienen actividad en Marruecos, Senegal y Mauritania, tres países que, como prelude a lo que se expondrá posteriormente, tienen el francés como lengua oficial o administrativa.

En cuanto al tiempo que llevan operando las empresas a nivel comercial en el continente africano, la cuarta pregunta brinda los siguientes porcentajes:

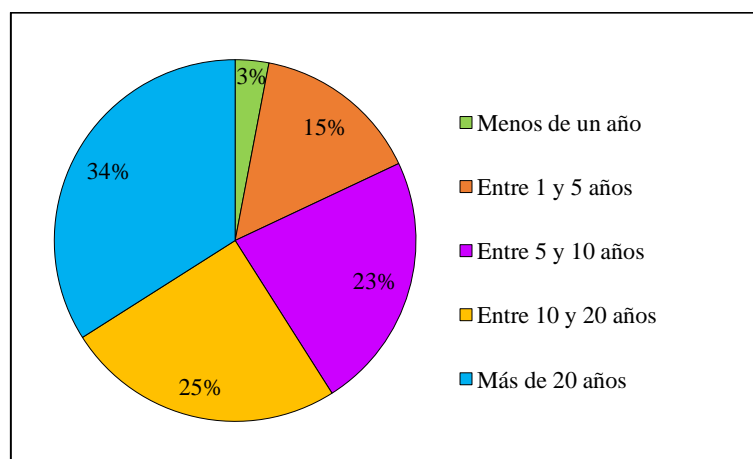


Gráfico 20. Antigüedad con la que las empresas de la muestra han trabajado en países africanos

Se puede observar que la mayor proporción de las empresas (34%) ha operado en África desde hace más de 20 años. En segundo lugar, un 25% lo ha hecho desde hace más de 10 años, pero menos de 20. Con esta información, se puede constatar que casi un 60% de la muestra ha trabajado en África desde hace más de 10 años, un dato que da fiabilidad por

su contrastada experiencia, a las respuestas que puedan aportar con respecto al foco principal del estudio: sus necesidades de traducción y de interpretación.

Los que respondieron en la siguiente cuestión (pregunta 5, sobre los locales u oficinas que podrían tener en África), que sí contaban con un local u oficina en alguno de dichos países, debían saltar a la novena pregunta. Los que indicaron que no tenían local tendrían que responder a la séptima y octava pregunta, con las que se pretendía conocer de qué manera mantienen las relaciones con África.

Respuesta	Número	Proporción
Opción a: con local u oficina en África	18	30%
Opción b: no tiene local ni oficina en África	43	70%

Tabla 20. Empresas de la muestra con local u oficina en África

La mayoría de las empresas de la muestra no tiene local ni oficina en ningún país africano, aunque 18 de ellas (30%), sí. A continuación, se podrá observar en qué países tienen dichas instalaciones (pregunta 7).

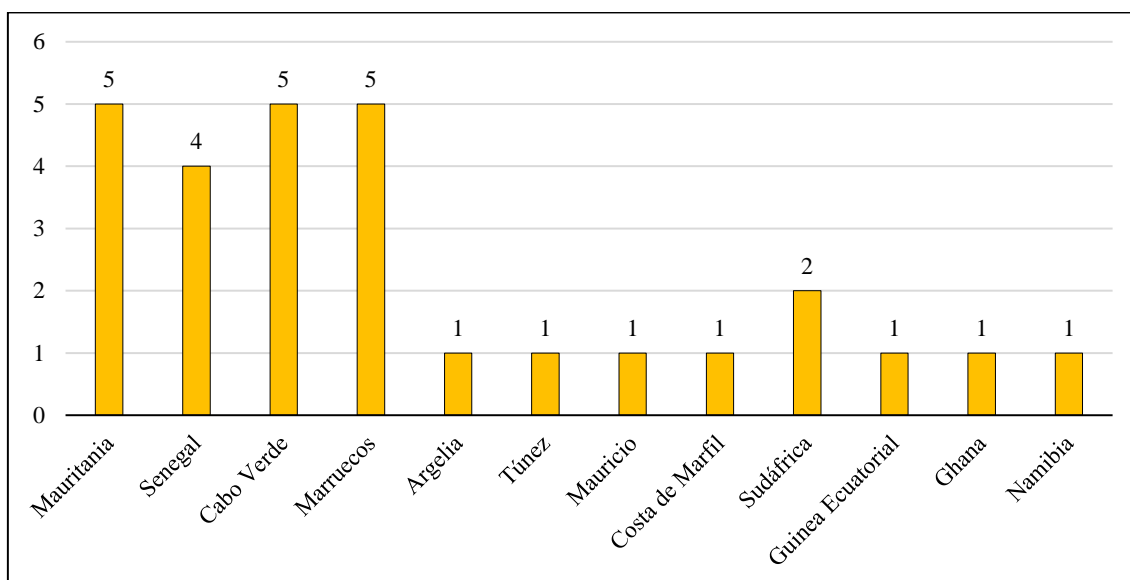


Gráfico 21. Países en los que se encuentran los locales u oficinas de las empresas canarias de la muestra (en número de empresas)

El gráfico 21 muestra que los países en los que se instalan físicamente las empresas canarias son principalmente, a partes iguales, Mauritania, Cabo Verde y Marruecos, seguido de Senegal. Además, dos empresas canarias de la muestra están instaladas en Sudáfrica y una en cada uno de los siguientes países: Argelia, Túnez, Mauricio, Costa de Marfil, Guinea Ecuatorial, Ghana y Namibia.

De acuerdo con los datos relativos a la tercera pregunta (países a los que las empresas exportan productos o prestan servicios), podemos ver que los principales destinos coinciden con los cuatro países en los que la mayoría de las empresas canarias están instaladas físicamente.

Además, al preguntar por el número de personas que trabajan en dichos locales u oficinas en África (pregunta 8), los sujetos respondieron con el número exacto de personas, por lo que se presentarán las respuestas atendiendo a la clasificación mencionada anteriormente.

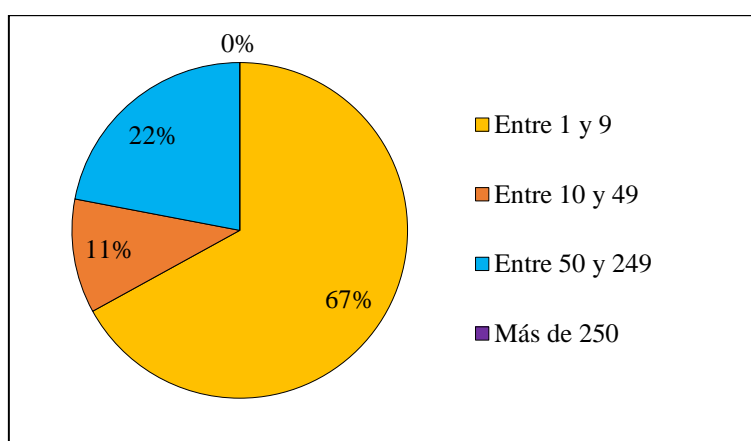


Gráfico 22. Número de empleados en los locales u oficinas de las empresas de la muestra instaladas en África

Un 67% de las empresas que tienen local u oficina en países africanos tienen entre 1 y 9 empleados en total en África. Un 11% tiene entre 10 y 49 empleados en destino y un 22% tiene entre 50 y 249. El hecho de que la sede principal de las empresas colaboradoras esté en Canarias podría estar relacionado con que la mayoría de los locales u oficinas ubicados en África tengan menos de 10 empleados en el exterior porque podrían tener a la mayoría de sus empleados en Canarias.

A continuación, presentaremos las respuestas obtenidas de las 43 empresas que no tienen local u oficina en África (pregunta 6), que mantienen las relaciones con dichos países de la siguiente manera:

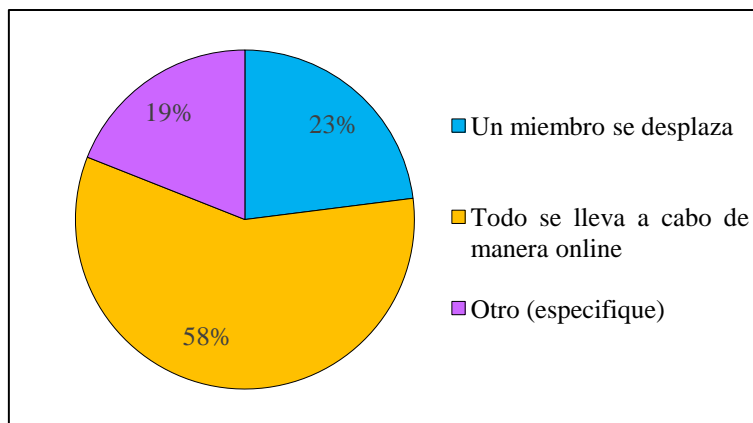


Gráfico 23. Gestión de la actividad con África de las empresas de la muestra que no tienen local u oficina en destino

La mayoría de las empresas que no tienen local u oficina en África gestiona la actividad con dicho continente de manera *online*. Además, en un 23% de los casos se realizan desplazamientos al país africano y en un 19% se gestiona de otra manera. Este 19% especificó su respuesta: en un 9%, se gestiona la actividad con África a través de importadores, en un 5% se combina los desplazamientos con la gestión *online*, y un 5% de las empresas lo gestiona con un socio local. De forma general, teniendo en cuenta las respuestas a las preguntas acerca de la forma de gestionar la actividad con África, se puede decir que predomina la gestión *online*, seguida de la instalación de un local u oficina en el país en cuestión.

La pregunta sobre la frecuencia con la que los sujetos envían sus productos o prestan sus servicios a países africanos (pregunta 9) fue formulada a las 61 empresas, tuvieran o no local en el país africano, ya que, aquellos que tienen local en el que venden productos podrían hacer envíos a la tienda para suministrarla, lo que conllevaría la generación de documentos de transporte, entre otros. Las respuestas que se obtuvieron se representan a continuación.

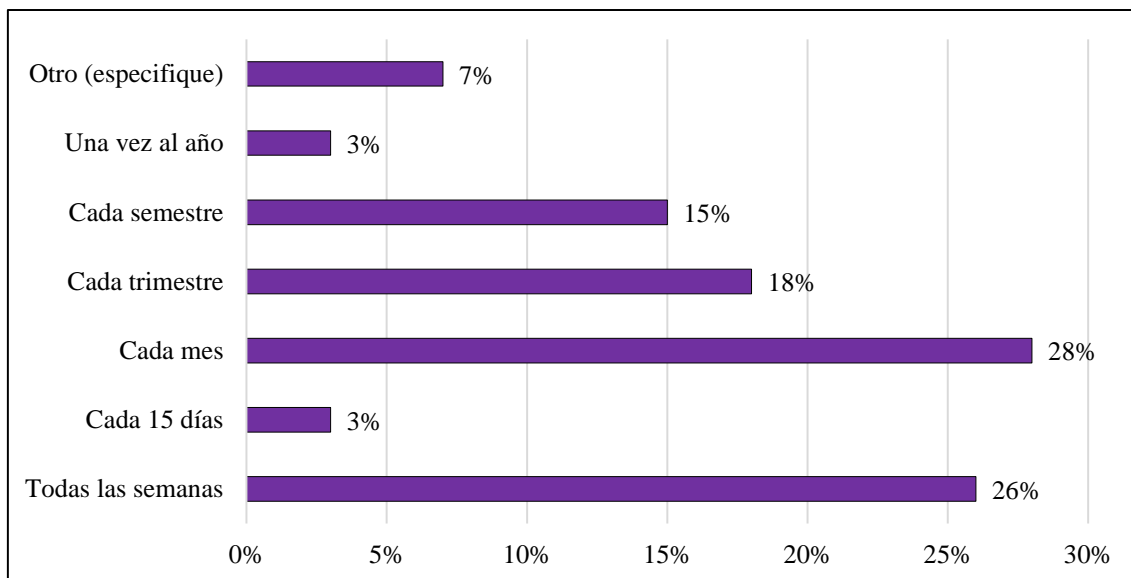


Gráfico 24. Frecuencia con la que las empresas de la muestra hacen envíos de productos o prestan servicios a países africanos

Un 28% de las empresas de la muestra envía productos o presta servicios cada mes, seguido de un 26% que lo hace todas las semanas y de un 18% que lo hace cada trimestre. Estos tres valores, sumados al 3% que envía estos productos o presta los servicios cada 15 días, implica que el 75% de las empresas envían productos o prestan servicios al menos una vez cada tres meses.

Al preguntar sobre la existencia de empleados de la empresa en Canarias que se dedicaran a la actividad comercial con países africanos (pregunta 10), un 84% de los sujetos del estudio respondió que tienen empleados en la empresa en Canarias que se dedican a la actividad comercial con África, aunque no sea su tarea exclusiva, y un 16% respondió que no. Los que tienen empleados en la empresa que se dediquen a dicha actividad ofrecieron el dato del número de empleados (pregunta 11), que se representa en el siguiente gráfico.

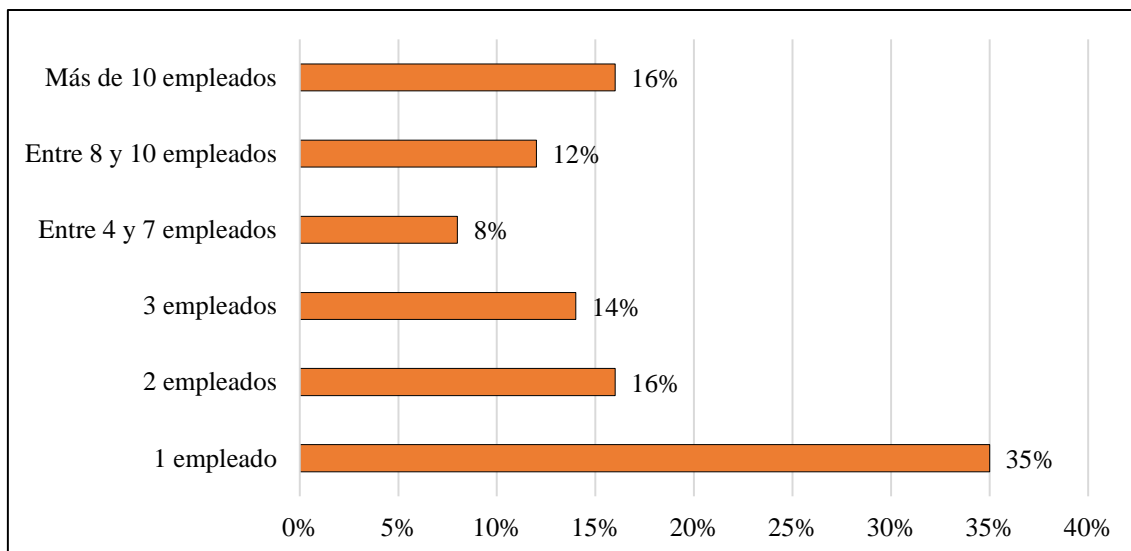


Gráfico 25. Número de empleados que se dedican a la actividad con África en la sede de la empresa en Canarias

Se puede ver que un 35% afirmó que tiene un empleado, seguido de un 16% que tiene dos y, en la misma proporción, más de 10 empleados. En general, al sumar los primeros con los segundos, más de la mitad tiene entre uno y dos, aunque varias empresas, como se puede observar, tienen varios, alcanzando cifras superiores a diez.

Al preguntar por el idioma en el que se comunican dichos empleados en el marco de su actividad con África (pregunta 12), los sujetos que tienen empleados que se dediquen a la actividad con el continente respondieron lo siguiente:

Respuesta	Proporción
Opción a: Sí	78%
Opción b: No, pero logran comunicarse en otro idioma	20%
Opción c: No	2%

Tabla 21. Proporción de empresas que se comunican en la lengua del país africano o en otra lengua vehicular

Se puede apreciar que del 84% de las empresas que tienen empleados que se encarguen de esta actividad solo un 2% tiene empleados que no conocen la lengua del país africano en cuestión ni logra comunicarse en otra lengua; que un 20% de las empresas tiene empleados que se dediquen a la actividad con África que no conocen la lengua del país, pero sí logran comunicarse en otra, y que un 78% de las empresas tiene empleados que se dediquen a dicha actividad y que conocen la lengua del país en cuestión. Las lenguas

en las que se comunican se trataron en una pregunta posterior (pregunta 13) y las respuestas fueron las que se presentan a continuación.

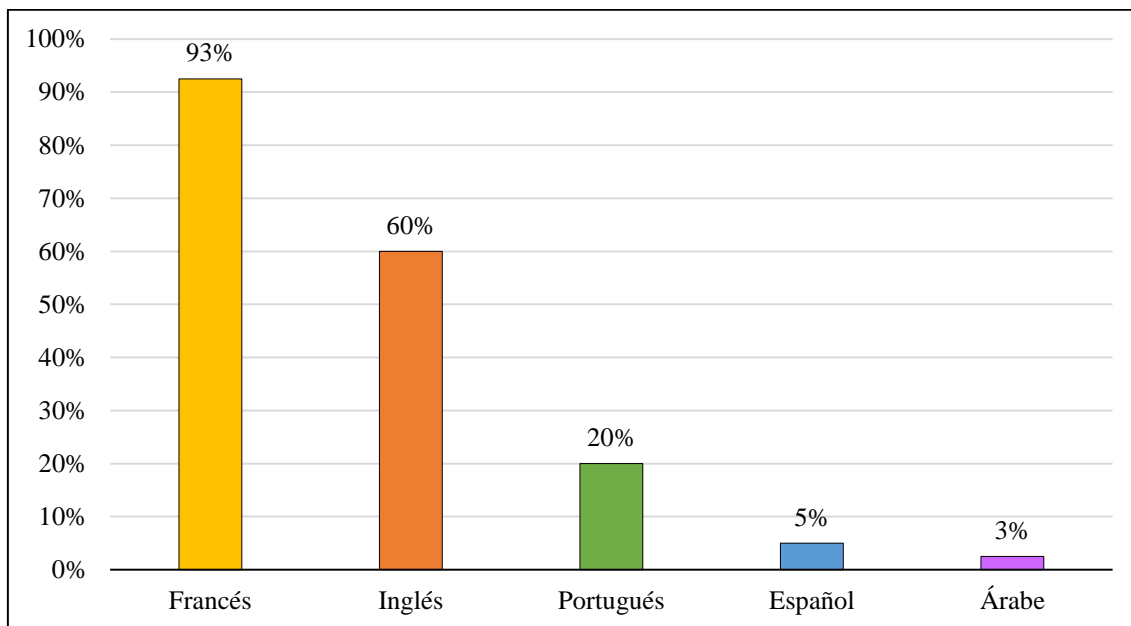


Gráfico 26. Lenguas con la que se comunican los empleados de las empresas de la muestra que trabajan en la lengua del país africano en cuestión

De las empresas que sí tienen empleados que conozcan la lengua del país africano, un 93% respondió que se trata del francés, seguido de un 60% que afirmó que se trata del inglés, y de un 20% que respondió que es el portugués. Por último, un 5% respondió que se trata del español y un 3%, del árabe. En este caso, se tomaron los datos como si se tratara de respuestas a una pregunta de respuesta múltiple, ya que en varios casos se trata de empresas que trabajan en varios países con lenguas oficiales diferentes y podían elegir más de una opción. En definitiva, casi la totalidad de las empresas que tienen empleados que conocen la lengua oficial del país africano afirmó que trabaja con el francés, si bien también se desenvuelven en inglés en muchos casos.

Por otra parte, las empresas que tienen empleados que no conocen la lengua oficial del país africano en cuestión afirmaron que las lenguas en las que logran comunicarse son las siguientes:

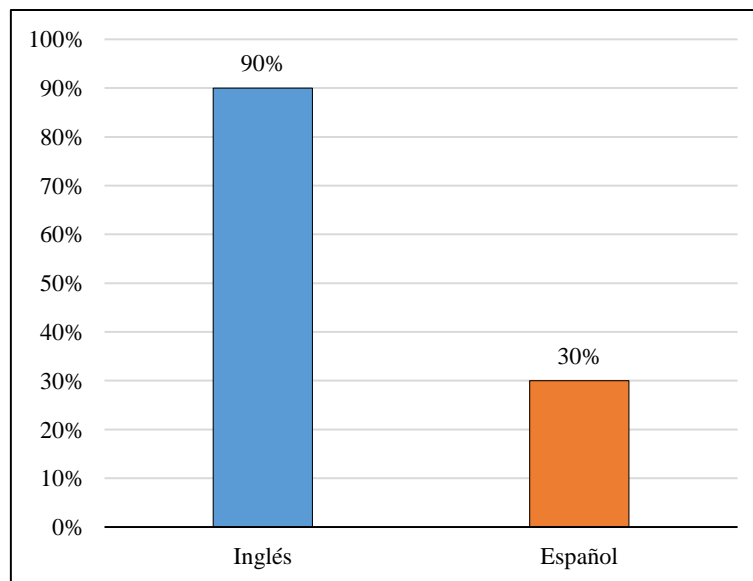


Gráfico 27. Lenguas en las que se comunican los empleados de las empresas de la muestra que no conocen la lengua oficial del país africano en el que operan

El 90% de estos empleados logra comunicarse en inglés y el 30%, en español. En estos casos, no se trata de países anglófonos ni hispanófonos, sino francófonos o lusófonos porque en ningún caso las empresas seleccionaron francés ni portugués.

De este modo, se puede considerar que el inglés funciona como lengua franca en el comercio entre Canarias y África cuando los empleados de las empresas que se dedican a la actividad con África no conocen la lengua del país, siempre que sea distinta del inglés. Los datos obtenidos en esta pregunta reflejan que, si bien el inglés no es la lengua oficial de los principales destinos de los productos o servicios de las empresas canarias colaboradoras en el estudio, se trata de una lengua que debe de estar bastante extendida en África porque se acude a ella cuando no es posible comunicarse en la lengua oficial o administrativa, que, en la mayoría de estos casos, es el francés.

Al preguntar a los sujetos por los principales productos o servicios que exportan o prestan en el continente africano (pregunta 14), estos respondieron libremente a la pregunta abierta, por lo que se ha hecho una agrupación y clasificación de las respuestas para poder determinar los sectores que predominan en este ámbito.

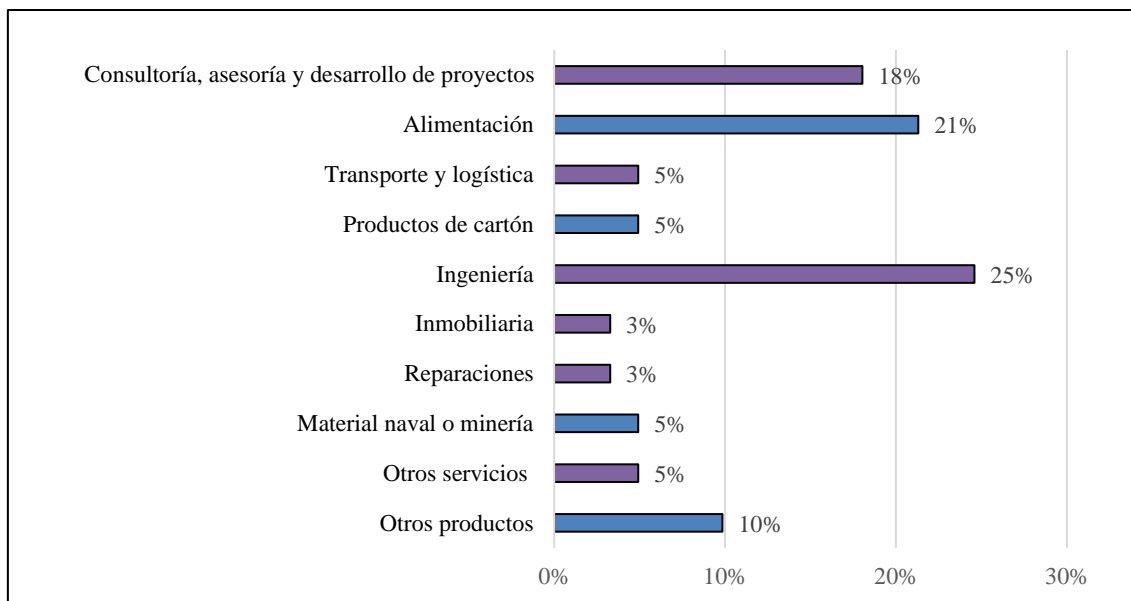


Gráfico 28. Productos o servicios de las empresas de la muestra

En el gráfico 28, se ha representado en dos colores diferentes aquellas actividades que se corresponden, por una parte, con empresas que desarrollan productos y, por otra, con empresas que prestan servicios. En total, un 41% de las empresas exporta productos a África y un 59% presta servicios a dicho continente, por lo que las empresas de servicio, sobre todo de ingeniería, son mayoritarias en esta muestra, seguidas de las de consultoría, asesoría y desarrollo de proyectos. Las empresas que exportan productos lo hacen sobre todo de alimentación (21%), seguido de otros productos (10%), entre los que se incluyen vehículos, perfiles de aluminio, envases de vidrio, fertilizantes y fitosanitarios, productos de cosmética y blindaje arquitectónico; material naval o minería (5%) y productos de cartón (5%).

La pregunta sobre la frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan trabajar con las distintas lenguas (pregunta 15) dio como resultado la siguiente tabla:

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
Francés	62%	15%	13%	10%
Inglés	39%	33%	16%	12%
Español	28%	13%	26%	33%
Portugués	13%	8%	21%	57%

Tabla 22. Frecuencia con la que las empresas de la muestra trabajan en inglés, francés, español y portugués²

² Otras lenguas: dos empresas especificaron que a veces también trabajan con árabe en su actividad con África.

Como se puede observar, la gran mayoría de las empresas necesita trabajar con el francés en su actividad con África de forma frecuente (62%) y solo un 15%, un 13% y un 10% lo emplean a veces, casi nunca o nunca, respectivamente. En segundo lugar, en cuanto al inglés, la mayor proporción de las empresas (39%) lo emplea frecuentemente, un 33% lo hace a veces, un 16%, casi nunca y un 12%, nunca.

En el caso del español, la mayor proporción de las empresas (33%) nunca emplea dicha lengua en sus relaciones con África y un 26% lo hace casi nunca, lo que suma casi un 60% de la muestra. Un 13% trabaja con esta lengua a veces y un 28%, frecuentemente.

Por último, en cuanto al portugués, la mayoría de las empresas nunca emplea esta lengua en su actividad con África (57%) y un 21% casi nunca lo hace. Una representación de un 13% de las empresas lo emplea frecuentemente y un 8%, a veces. Este hecho puede darse a causa de la similitud con el español, que se usa en mayor medida en la actividad de estas empresas con África.

Para asegurarnos de que pudiéramos obtener una respuesta clara sobre la lengua extranjera más demandada en el marco de las relaciones comerciales entre Canarias y África, se formuló la última pregunta del primer bloque, sobre la lengua con la que más trabajan las empresas en sus relaciones comerciales con países africanos (pregunta 16), que ofreció las respuestas que se presentan a continuación.

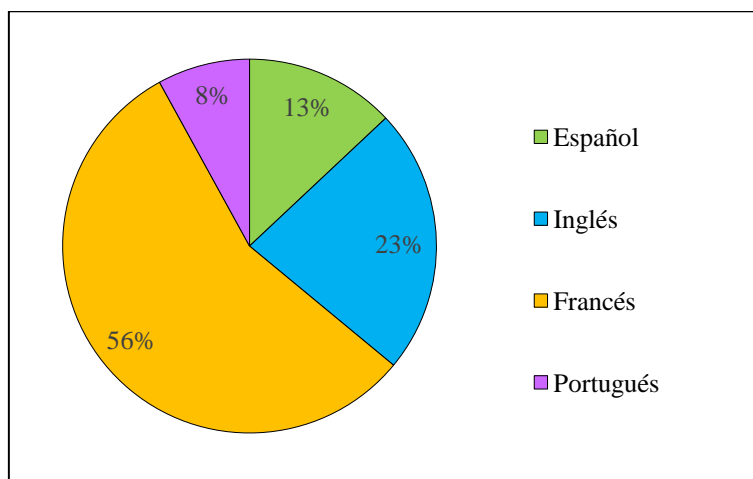


Gráfico 29. Lengua principal con la que las empresas de la muestra trabajan en su actividad con África

El gráfico 29 refleja que el francés (56%) es la lengua con la que las empresas de la muestra trabajan en mayor medida en su actividad con África, seguido del inglés (23%), del español (13%) y, por último, del portugués (8%).

De forma general, el primer bloque del presente cuestionario ha permitido conocer las características de las empresas y su relación con países africanos. Se trata de empresas que, en general, tienen menos de 50 empleados, que exportan productos o prestan servicios principalmente a Marruecos, Senegal, Mauritania y Cabo Verde desde hace, mayoritariamente, más de diez años. Además, un 30% tiene local u oficina en los países mencionados, donde trabajan generalmente menos de diez personas. Aquellos que no tienen local u oficina en destino (70%) tienden a gestionar la actividad con África de manera *online*.

La frecuencia con la que las empresas de la muestra envían sus productos o prestan sus servicios a países africanos es mensual, en líneas generales, y la gran mayoría, un total de 51 empresas, tiene empleados en la empresa en Canarias que se dedican a la actividad con África, generalmente entre una y dos personas. De estas empresas, 40 tienen empleados que conocen una de las lenguas oficiales del país africano en cuestión, que, en primer lugar, es el francés, y, en segundo, el inglés; y otras 10 de ellas tienen empleados que, aunque no conozcan una de dichas lenguas del país en el que operan, logran comunicarse en otra que funciona como lengua vehicular, que en un 90% de los casos es el inglés. El hecho de que un 75% de las empresas de la muestra opere en África al menos cada trimestre o más frecuentemente indica cierta periodicidad en la actividad de las empresas con África, lo que, relacionado con el dato de que un 60% de ellas lleve trabajando en dicho continente más de 10 años, refleja un recorrido constante y sólido que dota de mayor fiabilidad a los datos que se han aportado en el presente estudio sobre sus necesidades lingüísticas.

Por otra parte, casi un 60% de la muestra se compone de empresas que prestan servicios, sobre todo de ingeniería o de consultoría, asesoría y desarrollo de proyectos, y un 40% está constituido por empresas que exportan productos, sobre todo de alimentación.

Para terminar, las últimas preguntas de este primer bloque no solo han permitido esclarecer que el francés es la lengua que emplea un mayor número de empresas en el comercio entre Canarias y África, de acuerdo con los sujetos de la muestra, sino que es la que se utiliza con mayor frecuencia, seguida del inglés, y que el español se emplea con mayor frecuencia que el portugués.

4.2.5.2. Resultados del segundo bloque: necesidades de traducción

A continuación, se describirán las respuestas del segundo bloque, relativo a las necesidades de traducción de las empresas de la muestra para el comercio con África. En primer lugar, se presentarán las respuestas a las preguntas formuladas con respecto a la lengua francesa (preguntas 23 a 28), seguidas de las que se refieren a la lengua inglesa (preguntas 17 a 22) y, en tercer lugar, a la portuguesa (preguntas 29 a 34). El motivo por el que se ha alterado el orden que se empleó en el cuestionario es que las respuestas de las últimas preguntas del primer bloque sobre las lenguas más empleadas reflejan que el francés se emplea en mayor medida, por lo que resulta oportuno comenzar analizando cuáles son los documentos que más se traducen desde o hacia dicha lengua.

4.2.5.2.1. Necesidades de traducción de francés

Al preguntar por la frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos del o al francés (pregunta 23), se obtuvieron las respuestas que se presentan a continuación.

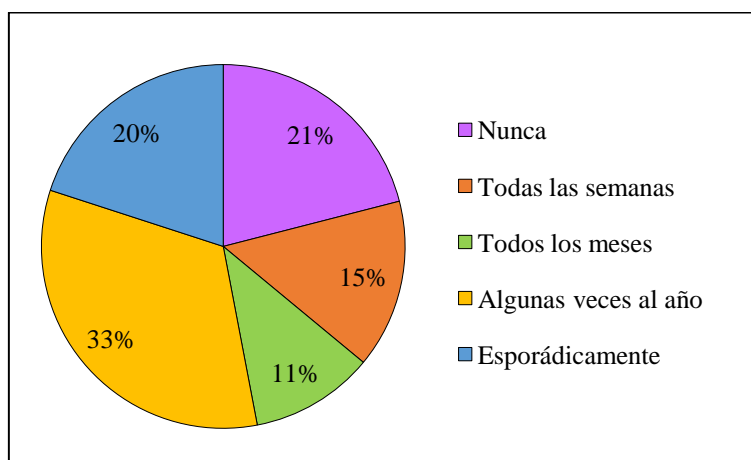


Gráfico 30. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos del o al francés para el comercio con África

Un 21% de la muestra nunca necesita traducir documentos del o al francés para el comercio con África, frente a un 79% que sí lo hace. Dicho 79% se compone de 48 empresas, entre las cuales un 15% lo precisa todas las semanas; un 11%, todos los meses; un 33%, algunas veces al año, y un 20%, esporádicamente. Se puede observar que la mayor proporción (33%) corresponde a «algunas veces al año» y que un 26% lo requiere al menos una vez al mes, si sumamos el 15% que lo precisa todas las semanas y el 11% que lo precisa todos los meses.

En la pregunta sobre la forma de cubrir los servicios de traducción por parte de estas empresas (pregunta 24), las respuestas fueron las que se representan en la siguiente tabla.

Respuesta	Número	Proporción
Con personal en plantilla	27	56%
Con los servicios de traductores externos	17	35%
Otro (especifique)	4	8%

Tabla 23. Forma de cubrir los servicios de traducción del o al francés para el comercio con África

Como se puede observar, la mayoría cubre los servicios de traducción con personal en plantilla, seguido de traductores externos. Aquellos sujetos que respondieron «otro (especifique)» coincidieron en sus respuestas, en las que detallaron que cubren los servicios de traducción con una combinación de ambos (con personal en plantilla y con los servicios de traductores externos).

A continuación, se preguntó sobre la frecuencia con la que necesitan traducir del o al francés los documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad en el marco del comercio con África (pregunta 25). Las respuestas se representan en la tabla 24.

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
Carta o <i>email</i> de presentación	48%	15%	0%	37%
Carta o <i>email</i> con documentos de una compraventa adjuntos (factura, contrato, pedido)	27%	17%	4%	52%
Carta o <i>email</i> con publicidad, información de la subida o bajada de precios, catálogos, etc. adjuntos	17%	15%	10%	58%
Carta o <i>email</i> en el que se informe de las condiciones de venta	17%	10%	10%	63%
Carta o <i>email</i> (otro)	19%	13%	8%	60%
SMS	2%	2%	10%	85%
Mensaje de WhatsApp	19%	8%	2%	71%
Licitación	15%	17%	2%	67%
Folleto de información de productos	15%	25%	10%	50%
Informe técnico o certificación	29%	17%	12%	42%
Anuncio	6%	15%	10%	69%
Factura (proforma o comercial)	29%	17%	4%	50%
Documentos aduaneros para mercancía comunitaria (DUA, declaración sumaria, intrastat, DV1, certificado AGRIM, CITES o AGREX)	8%	4%	6%	81%
Cuaderno ATA	2%	2%	0%	96%
Certificado de origen	10%	6%	4%	79%
Factura consular	2%	2%	10%	86%
EUR 1 o EUR 2	8%	4%	2%	86%

Modelo A/ certificado SPG (Sistema de Preferencias Generalizadas)	4%	4%	4%	88%
Modelo APR	2%	0%	2%	96%
Documentos aduaneros de acompañamiento sanitario (solicitud de inspección, Documento Veterinario Común de Entrada, certificado de fumigación, fitosanitario, de aflatoxina o fitopatológico, documento de pago de tasas y declaración jurada)	4%	4%	2%	90%
Documentos para el control de la calidad (certificado de aceptación, de análisis, de inspección, de calidad, SOIVRE, casher, CAFI, informe de peritaje, inspección de preembarque o declaración de mercancías peligrosas)	2%	8%	4%	86%
Certificado halal	0%	2%	0%	98%
Certificado Unificado de Exportación (DUE)	2%	4%	2%	92%

Tabla 24. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad del o al francés para el comercio con África

Se observa, de acuerdo con el porcentaje que seleccionó la opción «nunca», que determinados tipos de documentos no se traducen con tanta asiduidad del o al francés. Es el caso del SMS, de los documentos aduaneros para mercancía comunitaria, del cuaderno ATA, de la factura consular, del EUR 1 o EUR 2, del modelo A o certificado SPG (Sistema de Preferencias Generalizadas), del modelo APR, de los documentos aduaneros de acompañamiento sanitario, de los documentos para el control de la calidad, del certificado halal y del Certificado Unificado de Exportación (DUE). En el caso de estos documentos, el porcentaje de los sujetos que marcaron «nunca» es de más del 80%, lo cual nos llevó a descartarlos para elaborar la siguiente representación gráfica.

A continuación, se representará en el gráfico 31 tanto el total de empresas que requiere que los documentos se traduzcan del o al francés como la frecuencia con la que lo hacen.

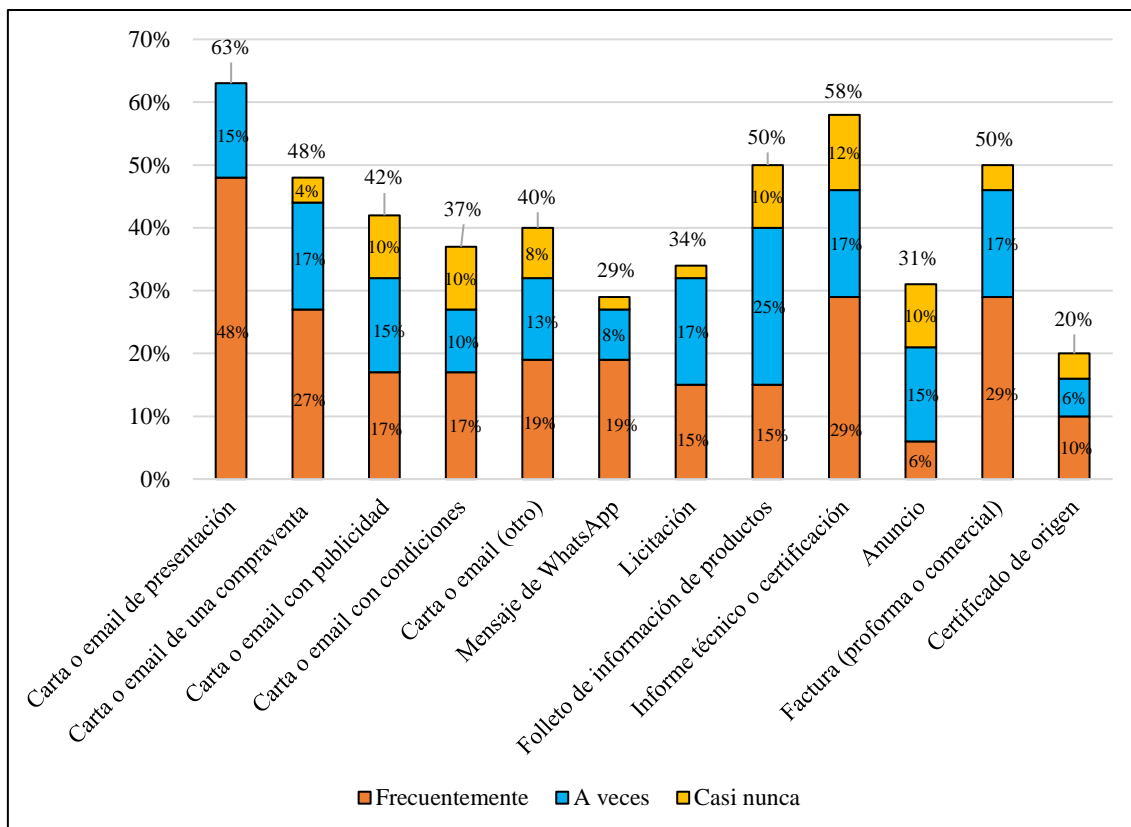


Gráfico 31. Frecuencia con la que las empresas necesitan traducir documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad del o al francés para el comercio con África

Si, en primer lugar, no tenemos en cuenta la frecuencia con la que se traducen los documentos, sino la cantidad de empresas que lo hacen; es decir, el porcentaje total que figura sobre cada barra del gráfico, se puede observar que los documentos que más empresas traducen del o al francés en lo relacionado con la información, la comunicación con el cliente, el ámbito aduanero o el del control de la calidad son la carta o *email* de presentación (63%), el informe técnico o certificación (58%), la factura (50%) y el folleto de información de productos o servicios (50%), seguidos de otro tipo de carta o *email* (40%).

Al fijarnos en la asiduidad con la que necesitan estas traducciones (frecuentemente, a veces o casi nunca), podemos ver que los documentos que más se traducen, por orden de acuerdo con su valor de «frecuentemente», son, en primer lugar, la carta o *email* de presentación (48%); en segundo lugar, el informe técnico (29%); en tercer lugar, la factura (29%), al igual que se observó en el porcentaje total, sin tener en cuenta el nivel de asiduidad; pero en cuarto lugar, el documento que se traduce con más frecuencia ya no es

el folleto con información de productos (15%), sino la carta o *email* con documentos de una compraventa adjuntos (27%), seguido de otro tipo de carta o *email* (19%).

El mensaje de WhatsApp, por ejemplo, que, sin tener en cuenta el nivel de asiduidad, era el tipo de documento que se necesitaba traducir en el lugar número 11, ocupa el sexto lugar en porcentaje de «frecuentemente». El folleto, sin embargo, tenía el quinto porcentaje más elevado, pero ocupa el noveno lugar en porcentaje de «frecuentemente». Esta diferencia pone de manifiesto la relevancia que tiene el hecho de preguntar a los sujetos por la frecuencia con la que traducen los documentos para evitar creer que un número elevado de empresas que los traduzca implique que lo hacen de manera habitual.

Las respuestas a la pregunta sobre la frecuencia con la que los sujetos traducen documentos de transporte del o al francés (pregunta 26) se presentan en la siguiente tabla.

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
<i>Packing list</i>	23%	4%	2%	71%
Aviso de impedimento de entrega o de transporte	8%	6%	4%	81%
Nota de carga o de embarque	17%	6%	2%	75%
Recibo de transitario	6%	8%	2%	83%
Carta de indemnidad o garantía	6%	6%	4%	83%
Recibo de embarque, de a bordo o de piloto	8%	6%	2%	83%
Póliza de fletamento	8%	6%	2%	83%
Conocimiento de embarque marítimo	17%	6%	2%	75%
Aviso de llegada	10%	6%	2%	81%
Orden de entrega	10%	6%	2%	81%
Manifiesto (transporte marítimo o aéreo)	10%	4%	2%	83%
Conocimiento de embarque o carta de porte aéreo	8%	8%	6%	77%
Guía de porte aéreo (madre o hija)	6%	6%	4%	83%
Orden u hoja de carga	8%	6%	4%	81%
Hoja para mercancía con trato diferenciado	2%	2%	4%	92%
Documentos de transporte fluvial (conocimiento de embarque)	0%	4%	2%	94%
Documentos de transporte por carretera o por ferrocarril (cuaderno TIR, carta de porte por carretera, carta de porte ferroviario o declaración TIF)	4%	6%	2%	88%
Documentos de transporte por correo postal (recibo de paquete postal)	2%	6%	4%	88%
Documentos de transporte multimodal (documento de transporte combinado, modal o multimodal o recibo del capitán)	4%	6%	4%	85%
Documentos de acompañamiento al transporte (certificado de seguros, póliza de seguro, certificación de averías, etc.)	2%	6%	13%	79%

Tabla 25. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos de transporte del o al francés para el comercio con África

Como muestra la tabla 25, de acuerdo con el porcentaje que seleccionó la opción «nunca», determinados tipos de documentos de transporte no se traducen con tanta asiduidad del o al francés. Es el caso del aviso de impedimento de transporte o entrega, el recibo de transitario, la carta de indemnidad, el recibo de embarque, la póliza de fletamento, el aviso de llegada, la orden de entrega, el manifiesto, la guía de porte aéreo, la orden u hoja de carga, la hoja para mercancía con trato diferenciado, los documentos de transporte fluvial, por carretera, por correo postal y multimodal.

A continuación, se representará el total de empresas que requiere que los documentos se traduzcan del o al francés, así como la frecuencia con la que lo hacen. Al haber tan pocos cuyo valor de «nunca» sea inferior al 80%, se tomarán todos los documentos de transporte. Resulta oportuno aclarar que se trata de documentos que solo se emiten cuando se exportan productos físicos. Por lo tanto, teniendo en cuenta que en torno al 40% de la muestra son empresas que exportan productos y que casi el 60% presta servicios, resulta coherente que estos tipos de documentos surjan en menor medida y, por ende, sus traducciones.

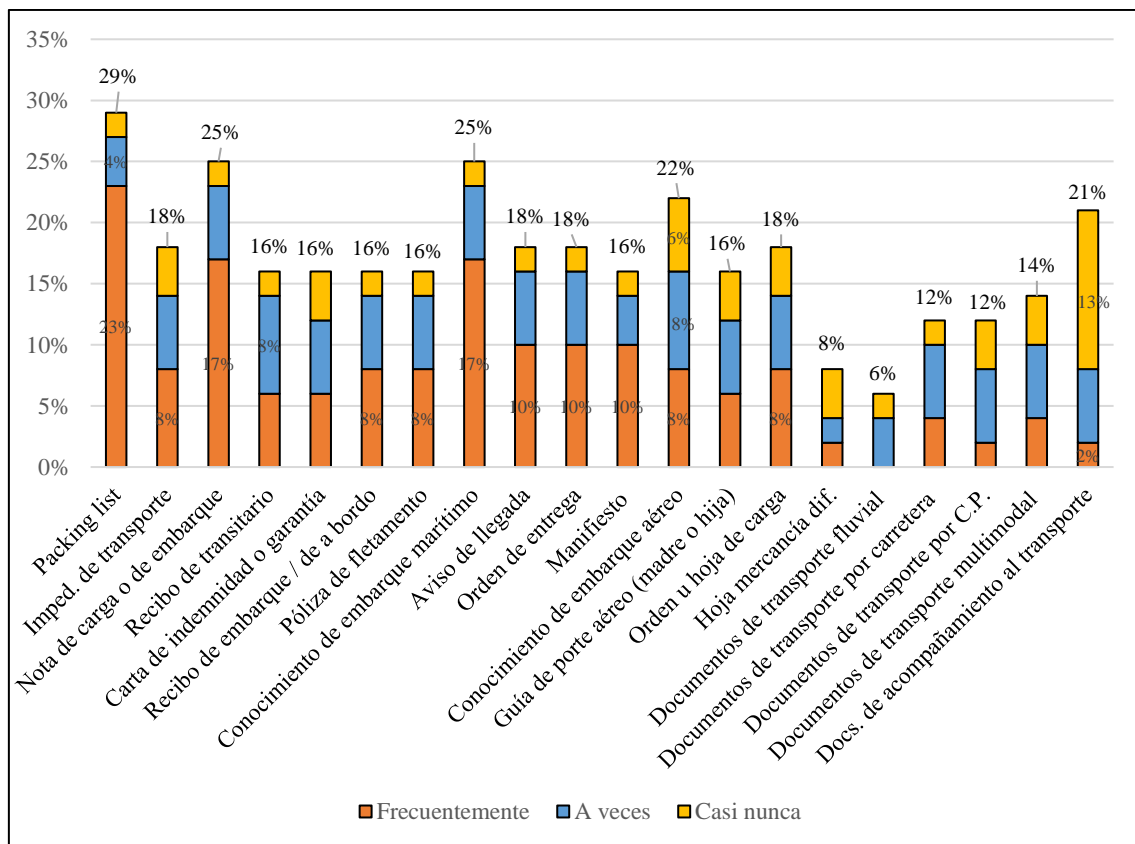


Gráfico 32. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos de transporte del o al francés para el comercio con África

Los documentos de transporte que mayor número de empresas traduce del o al francés para el comercio con África, sin tener en cuenta la frecuencia con la que lo hacen son, por orden, la *packing list* (29%), la nota de carga o de embarque y el conocimiento de embarque marítimo en la misma proporción (25%), el conocimiento de embarque o carta de porte aéreo (22%) y los documentos de acompañamiento al transporte (21%).

Si observamos la frecuencia con la que se traducen, al igual que ocurrió en el caso anterior, el gráfico muestra la relevancia de preguntar no solo si se traducen los documentos en cuestión sino con qué frecuencia lo hacen. La altura de las barras del gráfico representa el número de empresas que traducen los documentos, pero los colores determinan la frecuencia. Se puede observar que, en este caso, no todos los documentos que necesitan traducir un mayor número de empresas se corresponden con aquellos que necesitan traducir de forma más frecuente. Algunos documentos son el impedimento de transporte o entrega, cuyo porcentaje de «frecuentemente» es 8%, que equivale al porcentaje del recibo de embarque, de la póliza de fletamento y el de la orden u hoja de carga, así como del conocimiento de embarque aéreo, por ejemplo. Lo mismo ocurre con el aviso de llegada, la orden de entrega y el manifiesto, que necesitan traducirse frecuentemente en un 10% cada uno, un porcentaje superior a otros documentos que necesitan traducir un mayor número de empresas. En el caso de los documentos de acompañamiento al transporte, que ocupaban un quinto lugar en el porcentaje de empresas que necesitaban traducirlos del o al francés, solo representa un 2% de empresas que lo necesiten frecuentemente.

Por todo ello, teniendo en cuenta la frecuencia, los documentos de transporte con mayor nivel de demanda para traducirse del o al francés son, por orden, la *packing list*, la nota de carga, el conocimiento de embarque marítimo, el aviso de llegada, la orden de entrega y el manifiesto.

En tercer lugar, se presentarán las respuestas a la pregunta 27, sobre la traducción de documentos financieros del o al francés.

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
DD1, DD2 o DD2 bis (apertura, movimientos o cancelación de cuentas en el exterior)	0%	4%	2%	94%
PE1, PE1, PE3, PE4, CC1, CC2 O CP1 (préstamos recibidos de no residentes o	0%	4%	2%	94%

créditos comerciales concedidos por estos)				
B1 y B3 (movimientos de dinero en metálico)	0%	4%	2%	94%
Aviso de aceptación de pago o cobro	4%	10%	6%	79%
Aviso de pago o impago	6%	10%	4%	79%
Solicitud de crédito documentario	2%	6%	6%	85%
Cheque bancario, cheque o talón personal o pagaré	0%	4%	4%	92%
Transferencia bancaria u orden de pago	0%	4%	6%	90%
Letra de cambio	0%	6%	4%	90%
Crédito documentario	0%	10%	4%	85%
Efecto de comercio	0%	2%	6%	92%
Garantía o aval bancario	2%	10%	8%	79%

Tabla 26. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos financieros del o al francés para el comercio con África

En este caso, al haber únicamente tres documentos financieros que necesitan traducirse del o al francés que cumplan con la premisa de que los traduzca más de un 80% de las empresas que traducen documentos del o al francés, y al ser menos numerosos, se tomarán todos los documentos para su posterior representación gráfica.

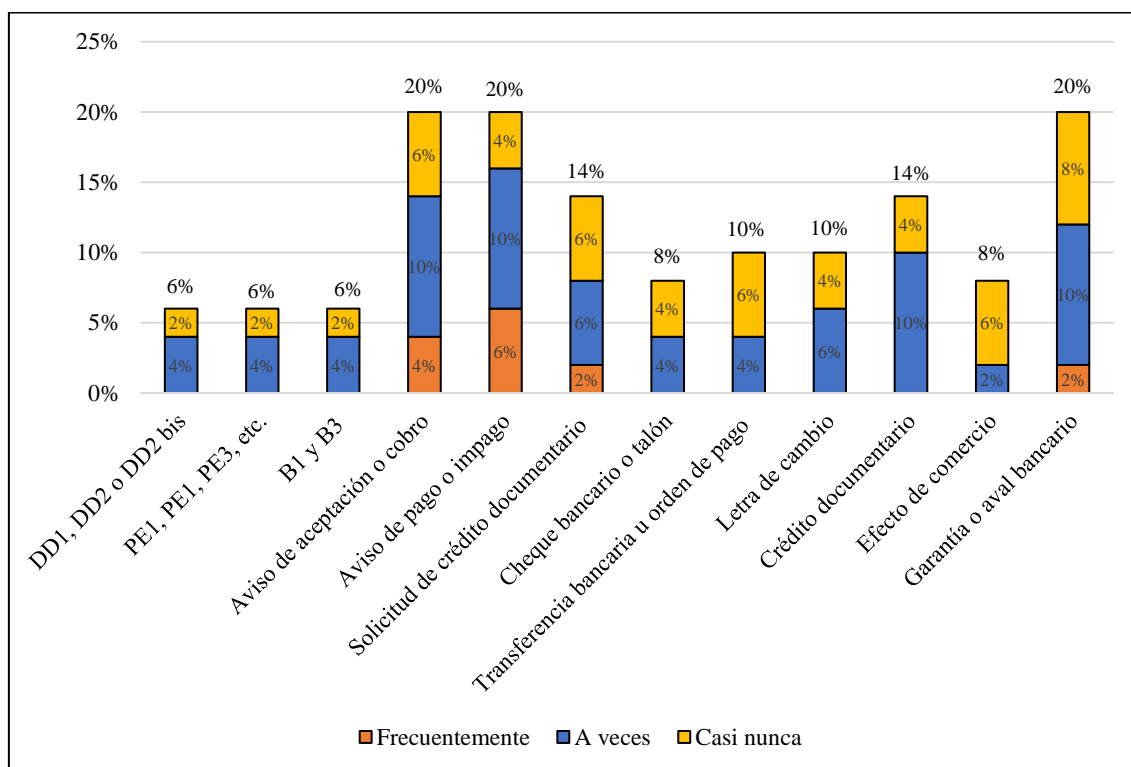


Gráfico 33. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos financieros del o al francés para el comercio con África

El gráfico muestra que los documentos financieros que necesita traducir un mayor número de empresas son, a partes iguales, la garantía o aval bancario, el aviso de pago o impago y el aviso de aceptación de pago o cobro (20%); en segundo lugar, el crédito documentario y la solicitud de crédito documentario, también en la misma proporción (14%) y, en tercer lugar, con un 10% de empresas que lo traducen, la letra de cambio y la transferencia bancaria u orden de pago.

Los documentos que se traducen con mayor frecuencia, de acuerdo con el porcentaje de «frecuentemente» del gráfico son, por orden, el aviso de pago o impago, el aviso de aceptación de pago o cobro y la garantía o aval bancario. Se puede observar que son los tres documentos que traduce un mayor número de empresas (20% cada uno si sumamos los valores de «frecuentemente», «a veces» y «casi nunca») y que, gracias a los porcentajes de asiduidad, se puede establecer en qué proporción se traducen más unos u otros. En definitiva, se puede afirmar que el documento financiero que más se traduce del o al francés es el aviso de pago o impago.

Para terminar con las preguntas relativas a la traducción de documentos del o al francés en el marco de la actividad comercial con países africanos, se presentarán las respuestas a la última cuestión sobre otros documentos que los sujetos necesiten traducir en esta combinación lingüística que no se hayan mencionado en las tablas proporcionadas en las preguntas anteriores (pregunta 28). De las 48 empresas que necesitan traducir documentos del o al francés para el comercio con África, 11 no necesitan traducir otros documentos que no se hayan mencionado en las preguntas anteriores y 27 sí lo necesitan.

Al tratarse de una pregunta abierta, los sujetos podían responder de forma libre, por lo que en el análisis se agrupan los tipos de documentos más similares, como si se tratara de una pregunta multirrespuesta, ya que muchos han apuntado diversos tipos de documentos.

Tipo de documento	Número	Proporción
Certificado	2	4%
Escrituras	2	4%
Cuentas anuales	1	2%
Contrato	9	19%
Página web	3	6%
Artículo o nota de prensa	2	4%
Etiqueta de producto	5	10%
Presentación en Power Point	2	4%
Documentos de convocatorias europeas	1	2%

Contenido de formaciones	1	2%
Material propio del trabajo	4	8%
Documentos legales o administrativos	4	8%
Documentos de presentación de la empresa	2	4%

Tabla 27. Otros tipos de documentos que las empresas de la muestra necesitan traducir del o al francés para el comercio con África

De las 27 empresas que necesitan traducir otros documentos para el comercio con África que no se habían mencionado en preguntas anteriores, 9 afirman que se trata del contrato, el tipo de documento que más se repite. En segundo lugar, otras 5 necesitan traducir la etiqueta de producto y, en tercer lugar, en la misma proporción, 4 empresas necesitan traducir material propio del trabajo, y otras 4, documentos legales o administrativos.

En general, un 35% de los «otros» documentos que necesitan traducir son documentos que corresponden al ámbito legal y jurídico que, en muchos casos, requiere que las traducciones las elabore un traductor jurado. Se trata del contrato (19%), el certificado (4%), las escrituras (4%) y los documentos legales o administrativos (8%). A continuación, se representará gráficamente:

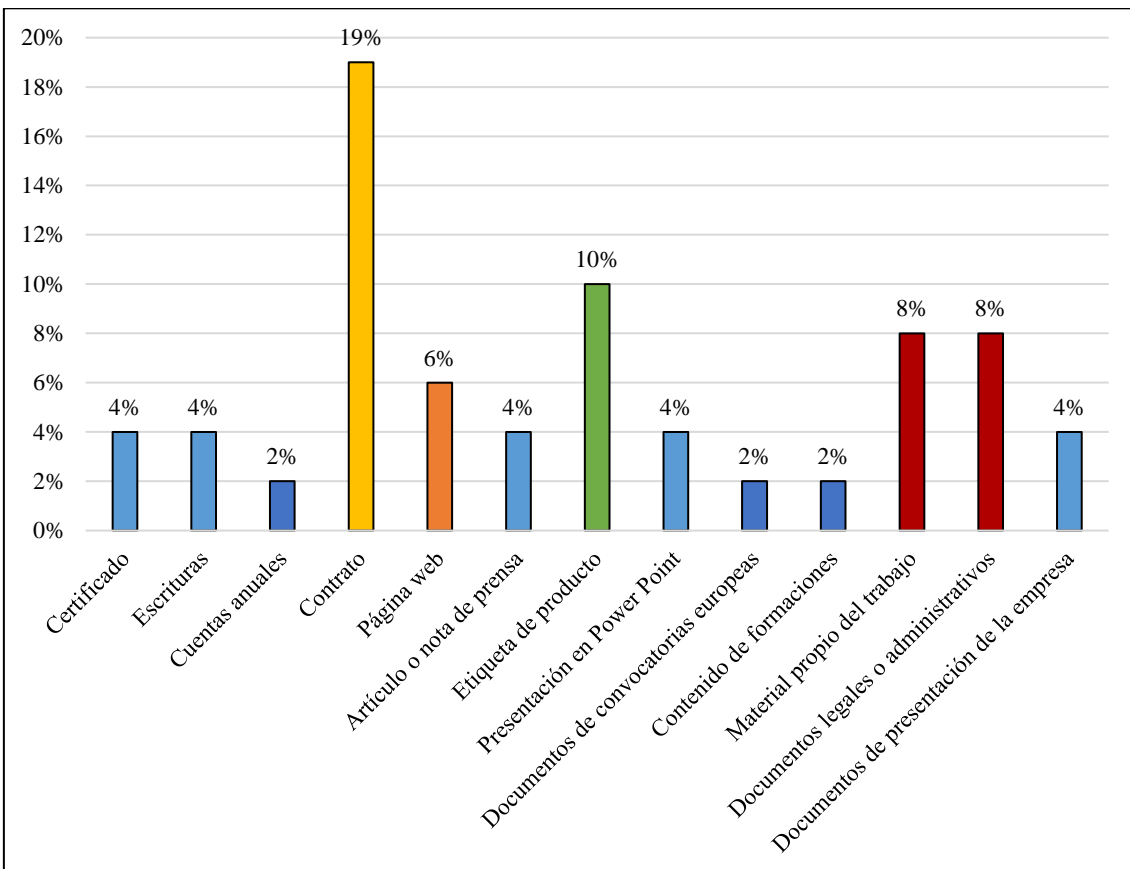


Gráfico 34. Proporción de los otros tipos de documentos que las empresas de la muestra necesitan traducir del o al francés para el comercio con África

Como resumen de los resultados a la parte del cuestionario sobre las necesidades de traducción de documentos del o al francés, se pueden extraer los siguientes puntos:

- Un 79% de la muestra necesita traducir documentos del o al francés para el comercio con África.
- Un 26% de los que los traducen lo hace al menos una vez al mes.
- En general, se cubren los servicios con personal en plantilla, aunque un 35% recurre a traductores externos.
- Los documentos que más se traducen son la carta o *email* de presentación, el informe técnico o certificación, la factura (proforma o comercial), la carta o *email* con documentos de una compraventa adjuntos, otro tipo de carta o *email* y el mensaje de WhatsApp en lo que respecta a documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad.
- Los documentos de transporte que más se traducen son la *packing list*, el conocimiento de embarque marítimo y la nota de carga o embarque.
- Dentro de los documentos financieros, predomina la traducción del aviso de pago o impago y del aviso de aceptación de pago o cobro.
- Dentro de otros documentos que no figuraban en el cuestionario que se traducen del o al francés para esta actividad con África, tienen protagonismo el contrato y la etiqueta de producto.

4.2.5.2.2. Necesidades de traducción de inglés

A continuación, presentaremos las respuestas a las preguntas 17 a 22, sobre las necesidades de traducción de documentos del o al inglés en el marco de la actividad de las empresas en países africanos.

En primer lugar, al preguntar por la frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos del o al francés (pregunta 17), se obtuvieron las respuestas que se presentan a continuación.

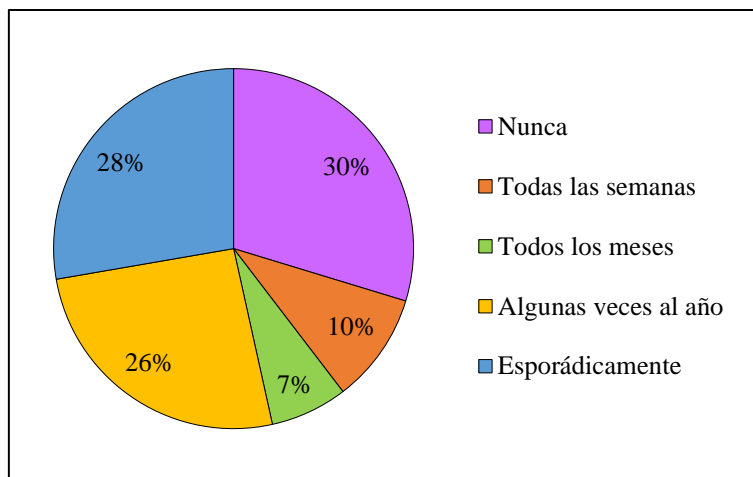


Gráfico 35. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos del o al inglés para el comercio con África

La mayor proporción de la muestra (30%) no necesita traducir documentos del o al inglés para su actividad con África, seguido de un 28% que lo necesita esporádicamente y de un 26% que lo necesita algunas veces al año. Solo un 10% de la muestra necesita traducir los documentos del o al inglés todas las semanas y un 7%, todos los meses. Teniendo en cuenta estos últimos datos, se puede observar que solo un 17% de las empresas necesita traducir documentos del o al inglés al menos una vez al mes.

Al preguntar a las empresas cómo cubren los servicios de traducción de documentos del o al inglés (pregunta 18), obtuvimos las siguientes respuestas.

Respuesta	Número	Proporción
Con personal en plantilla	29	67%
Con los servicios de traductores externos	11	26%
Otro (especifique)	3	7%

Tabla 28. Forma de cubrir los servicios de traducción del o al inglés para el comercio con África

La mayoría de las empresas (67%) cubre los servicios de traducción de documentos del o al inglés en lo relativo a su actividad con África con personal en plantilla. Un 16% lo hace con traductores externos y un 7% respondió «otro». A estos sujetos se les pidió que especificaran de qué manera cubren estos servicios y todos coincidieron en que lo hacen con una combinación de ambos: en algunos casos con traductores externos y en otros, con personal en plantilla.

A continuación, preguntamos la frecuencia con la que necesitan traducir del o al inglés los distintos tipos de documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros

o para el control de la calidad (pregunta 19), cuyas respuestas se presentarán en la tabla 29.

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
Carta o <i>email</i> de presentación	23%	26%	9%	42%
Carta o <i>email</i> con documentos de una compraventa adjuntos (factura, contrato, pedido)	14%	14%	12%	60%
Carta o <i>email</i> con publicidad, información de la subida o bajada de precios, catálogos, etc. adjuntos	5%	12%	14%	70%
Carta o <i>email</i> en el que se informe de las condiciones de venta	5%	9%	12%	74%
Carta o <i>email</i> (otro)	12%	21%	7%	60%
SMS	5%	5%	9%	81%
Mensaje de WhatsApp	14%	9%	9%	67%
Licitación	16%	12%	9%	63%
Folleto de información de productos	12%	21%	19%	49%
Informe técnico o certificación	16%	21%	16%	47%
Anuncio	5%	12%	16%	57%
Factura (proforma o comercial)	26%	12%	9%	53%
Documentos aduaneros para mercancía comunitaria (DUA, declaración sumaria, intrastat, DV1, certificado AGRIM, CITES o AGREX)	7%	9%	7%	77%
Cuaderno ATA	5%	0%	2%	93%
Certificado de origen	9%	7%	7%	77%
Factura consular	2%	2%	12%	84%
EUR 1 o EUR 2	5%	7%	9%	79%
Modelo A/ certificado SPG (Sistema de Preferencias Generalizadas)	5%	0%	9%	86%
Modelo APR	2%	0%	2%	96%
Documentos aduaneros de acompañamiento sanitario (solicitud de inspección, Documento Veterinario Común de Entrada, certificado de fumigación, fitosanitario, de aflatoxina o fitopatológico, documento de pago de tasas y declaración jurada)	7%	2%	2%	88%
Documentos para el control de la calidad (certificado de aceptación, de análisis, de inspección, de calidad, SOIVRE, casher, CAFI, informe de peritaje, inspección de preembarque o declaración de mercancías peligrosas)	5%	12%	7%	77%
Certificado halal	0%	0%	5%	95%
Certificado Unificado de Exportación (DUE)	5%	9%	2%	84%

Tabla 29. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad del o al inglés para el comercio con África

De acuerdo con el porcentaje que seleccionó la opción «nunca», se observa que determinados tipos de documentos no se traducen con tanta asiduidad del o al inglés. Es el caso del SMS, del cuaderno ATA, de la factura consular, del modelo A o certificado

SPG (Sistema de Preferencias Generalizadas), del modelo APR, de los documentos aduaneros de acompañamiento sanitario, del certificado halal y del Certificado Unificado de Exportación (DUE). En el caso de estos documentos, el porcentaje de los sujetos que marcaron «nunca» es de más del 80%, lo cual nos llevó a descartarlos para elaborar la siguiente representación gráfica.

A continuación, se representará el total de empresas que requiere que los documentos se traduzcan del o al inglés, así como la asiduidad con la que lo precisan.

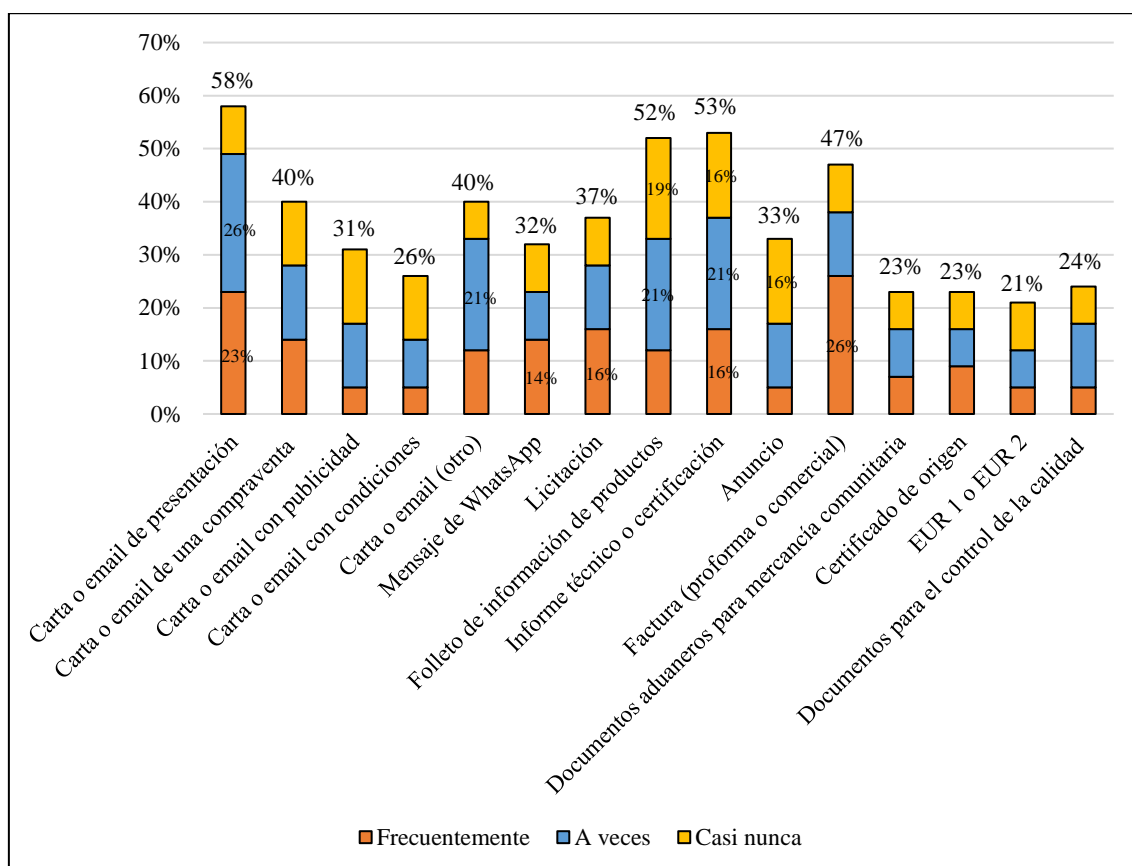


Gráfico 36. Frecuencia con la que las empresas necesitan traducir documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad del o al inglés para el comercio con África

Según los datos del total de empresas que traduce estos documentos, se puede observar que, entre los documentos a los que se refiere la pregunta 19, los que son traducidos por un mayor número de empresas del o al inglés son la carta o *email* de presentación (58%), el informe técnico (53%) y el folleto de información de productos (52%), que han sido seleccionados por más de la mitad de las empresas que sí necesitan traducir documentos del o al inglés para su actividad con África.

Como se puede observar, al disponer del dato acerca de la asiduidad con la que se requiere la traducción de documentos del o al inglés (frecuentemente, a veces o casi nunca), podemos obtener una imagen esclarecedora de cuáles son los documentos que verdaderamente se requieren con más frecuencia. Los documentos que obtuvieron un mayor número de respuestas en la opción «frecuentemente» y que, por tanto, se traducen con más asiduidad son la factura (26%), la carta o *email* de presentación (23%), el informe técnico (16%) y la licitación (16%).

Se puede observar que el folleto de información de productos o servicios pasa a un segundo plano ya que la mayor proporción (21%) los traduce «a veces» y un 19%, «casi nunca». La factura pasa a ocupar el primer lugar en lo que respecta a la frecuencia, cuando el porcentaje total (47%) ocupaba el cuarto lugar.

La siguiente pregunta (pregunta 20) se planteó para conocer la frecuencia con la que las empresas del estudio necesitan traducir documentos de transporte del o al inglés en el marco de su actividad con África.

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
<i>Packing list</i>	26%	7%	5%	63%
Aviso de impedimento de entrega o de transporte	5%	7%	9%	79%
Nota de carga o de embarque	14%	7%	5%	74%
Recibo de transitario	7%	7%	5%	81%
Carta de indemnidad o garantía	7%	9%	2%	81%
Recibo de embarque, de a bordo o de piloto	9%	5%	5%	81%
Póliza de fletamento	9%	5%	5%	81%
Conocimiento de embarque marítimo	21%	9%	5%	65%
Aviso de llegada	9%	7%	5%	79%
Orden de entrega	7%	7%	7%	79%
Manifiesto (transporte marítimo o aéreo)	7%	7%	5%	81%
Conocimiento de embarque o carta de porte aéreo	9%	9%	7%	74%
Guía de porte aéreo (madre o hija)	2%	7%	9%	81%
Orden u hoja de carga	5%	9%	7%	79%
Hoja para mercancía con trato diferenciado	2%	7%	2%	89%
Documentos de transporte fluvial (conocimiento de embarque)	0%	2%	2%	96%
Documentos de transporte por carretera o por ferrocarril (cuaderno TIR, carta de porte por carretera, carta de porte ferroviario o declaración TIF)	5%	2%	5%	88%
Documentos de transporte por correo postal (recibo de paquete postal)	2%	2%	7%	88%
Documentos de transporte multimodal (documento de transporte combinado, modal o multimodal o recibo del capitán)	2%	7%	5%	86%

Documentos de acompañamiento al transporte (certificado de seguros, póliza de seguro, certificación de averías, etc.)	2%	5%	16%	77%
---	----	----	-----	-----

Tabla 30. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos de transporte del o al inglés para el comercio con África

Como indica la tabla, de acuerdo con el porcentaje que seleccionó la opción «nunca», no es tan demandada la traducción de determinados tipos de documentos del o al inglés. Es el caso del recibo de transitario, la carta de indemnidad, el recibo de embarque, la póliza de fletamento, el manifiesto, la guía de porte aéreo, la hoja para mercancía con trato diferenciado, los documentos de transporte fluvial, por carretera, por correo postal y multimodal. Por ello, para la siguiente representación gráfica, serán descartados.

A continuación, se representará el total de empresas que requiere alguna vez que los documentos se traduzcan del o al inglés, así como la asiduidad. Es necesario puntualizar que se trata de documentos que solo se emiten cuando se exportan productos físicos, por lo que, teniendo en cuenta que en torno al 40% de la muestra lo conforman empresas que exportan productos (comparado con el 60% que presta servicios), resulta coherente que estos tipos de documentos surjan en menor medida y, por ende, sus traducciones.

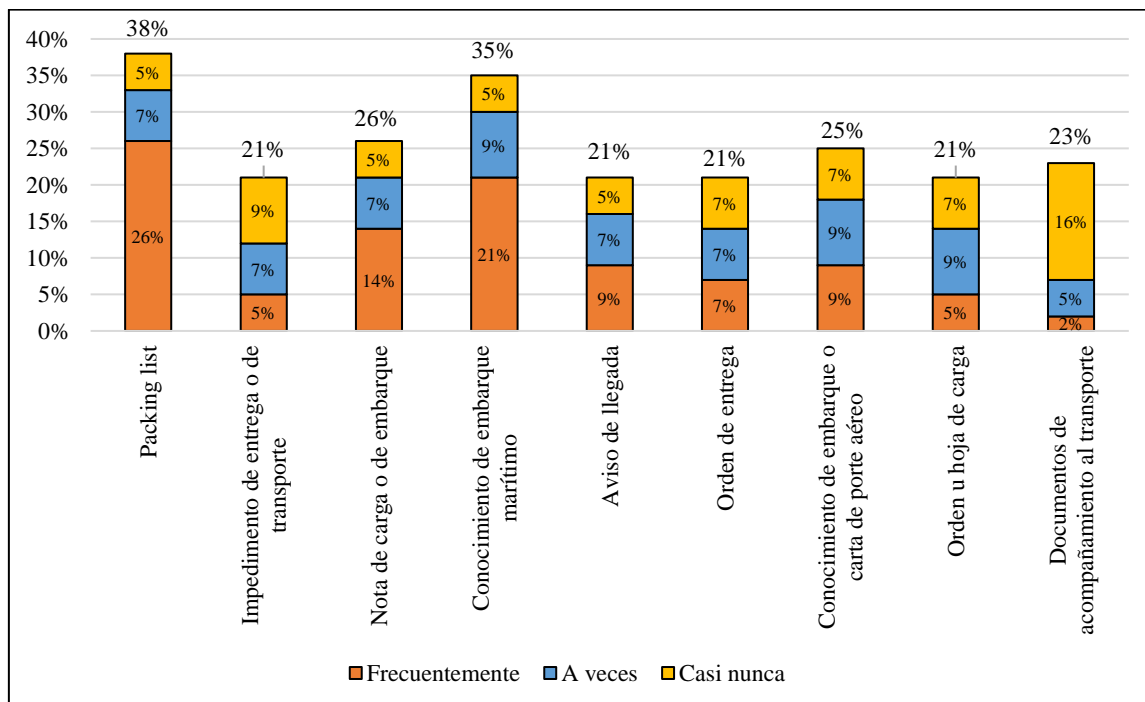


Gráfico 37. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos de transporte del o al inglés para el comercio con África

Se puede observar que los documentos de transporte que mayor número de empresas requieren que se traduzcan del o al inglés son, de forma general, la *packing list* (38%), el conocimiento de embarque marítimo (35%), la nota de carga o de embarque (26%) y el conocimiento de embarque aéreo (25%). En este caso, se puede afirmar que los documentos que se traducen con más frecuencia también son la *packing list*, el conocimiento de embarque marítimo, la nota de carga o de embarque y, en la misma proporción, el conocimiento de embarque aéreo y el aviso de llegada.

Cabe destacar que los documentos de acompañamiento al transporte, que, de forma general se necesitan traducir en un 23%, ocupando el quinto lugar de los documentos para los que más se demanda la traducción del o al inglés, solo se traducen frecuentemente en un 2% ya que un 16% lo necesita «casi nunca», lo que muestra la relevancia de conocer la asiduidad con la que necesitan traducir los documentos, no solo el número de empresas que lo podría requerir en algún momento.

En tercer lugar, se presentarán las respuestas a la pregunta 21, sobre la traducción de documentos financieros del o al inglés en el contexto de la actividad de las empresas con países africanos.

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
DD1, DD2 o DD2 bis (apertura, movimientos o cancelación de cuentas en el exterior)	0%	2%	2%	95%
PE1, PE1, PE3, PE4, CC1, CC2 O CP1 (préstamos recibidos de no residentes o créditos comerciales concedidos por estos)	0%	2%	2%	95%
B1 y B3 (movimientos de dinero en metálico)	0%	2%	2%	95%
Aviso de aceptación de pago o cobro	2%	2%	7%	88%
Aviso de pago o impago	2%	2%	9%	86%
Solicitud de crédito documentario	0%	0%	7%	93%
Cheque bancario, cheque o talón personal o pagaré	0%	0%	5%	95%
Transferencia bancaria u orden de pago	0%	0%	7%	93%
Letra de cambio	0%	2%	5%	93%
Crédito documentario	0%	2%	7%	91%
Efecto de comercio	0%	0%	5%	95%
Garantía o aval bancario	2%	5%	7%	86%

Tabla 31. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos financieros del o al inglés para el comercio con África

En este caso, a diferencia de las preguntas relativas a la traducción de documentos anteriores, ningún documento financiero necesita traducirse en más de un 20%, por lo que se tomarán todos los documentos para su análisis.

A continuación, se representará el total de empresas que requieren alguna vez que los documentos financieros se traduzcan del o al inglés y la asiduidad con la que lo hacen.

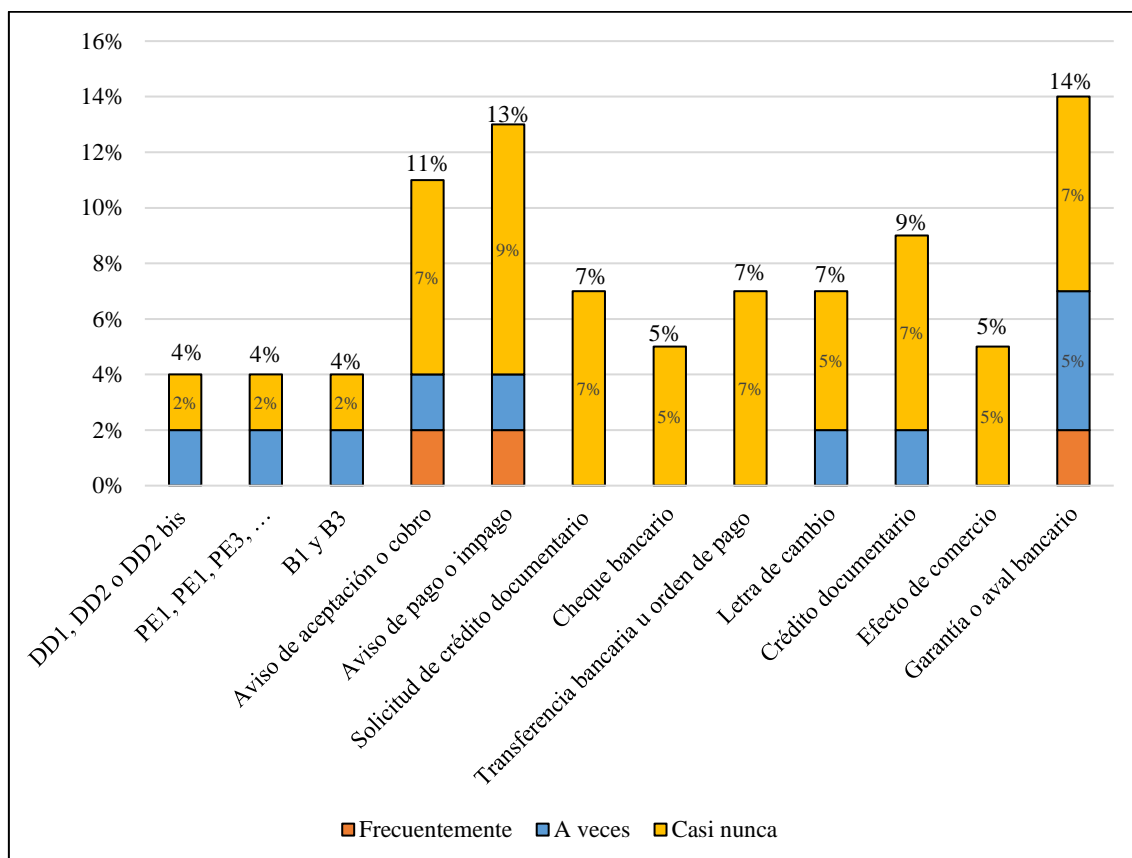


Gráfico 38. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos financieros del o al inglés para el comercio con África

Se puede observar que los documentos financieros que más empresas traducen del o al inglés son la garantía o aval bancario (14%), el aviso de pago o impago (13%) y el aviso de aceptación de pago o cobro (11%).

Una vez más, al igual que ocurría con los documentos de transporte, el porcentaje total de empresas que traducen estos documentos, sin distinguir con qué frecuencia lo hacen, se corresponde con los documentos que se traducen más frecuentemente, a pesar de que los tres documentos principales han obtenido el mismo porcentaje en el valor de «frecuentemente». En definitiva, la garantía o aval bancario es el documento financiero

que más se traduce del o al inglés para el comercio con África, de acuerdo con la muestra del estudio.

Para terminar con las preguntas relativas a la traducción de documentos del o al inglés en el marco de la actividad comercial con países africanos, se presentarán las respuestas a la última cuestión (pregunta 22) sobre otros documentos que los sujetos necesiten traducir en esta combinación lingüística que no se hayan mencionado en las tablas proporcionadas en las preguntas anteriores.

De las 43 empresas que necesitan traducir documentos del o al inglés para el comercio con África, 20 no necesitan traducir otros documentos que no se hayan mencionado en las preguntas anteriores y 23 sí lo necesitan. Los sujetos podían responder a la pregunta de forma libre ya que se trata de una pregunta abierta. Así, debido a la variedad de tipos de documentos señalados por los sujetos, el análisis se realiza agrupando los tipos de documentos por similitud, como si se tratara de una pregunta multirrespuesta.

Tipo de documento	Número	Proporción
Contrato	8	19%
Etiqueta de producto	5	12%
Página web	3	7%
Certificados (de Hacienda, Seguridad Social, médico, de inmigración, etc.)	3	7%
Contenido de las formaciones	2	5%
Escrituras	1	2%
Cuentas anuales	1	2%
Material para ferias	1	2%
Documentos de convocatorias europeas	1	2%
Material propio del trabajo	1	2%
Documentos de presentación de la empresa	1	2%
Documentos legales	1	2%
Artículo o nota de prensa	2	5%

Tabla 32. Otros tipos de documentos que las empresas de la muestra necesitan traducir del o al inglés para el comercio con África

A continuación, se representará gráficamente.

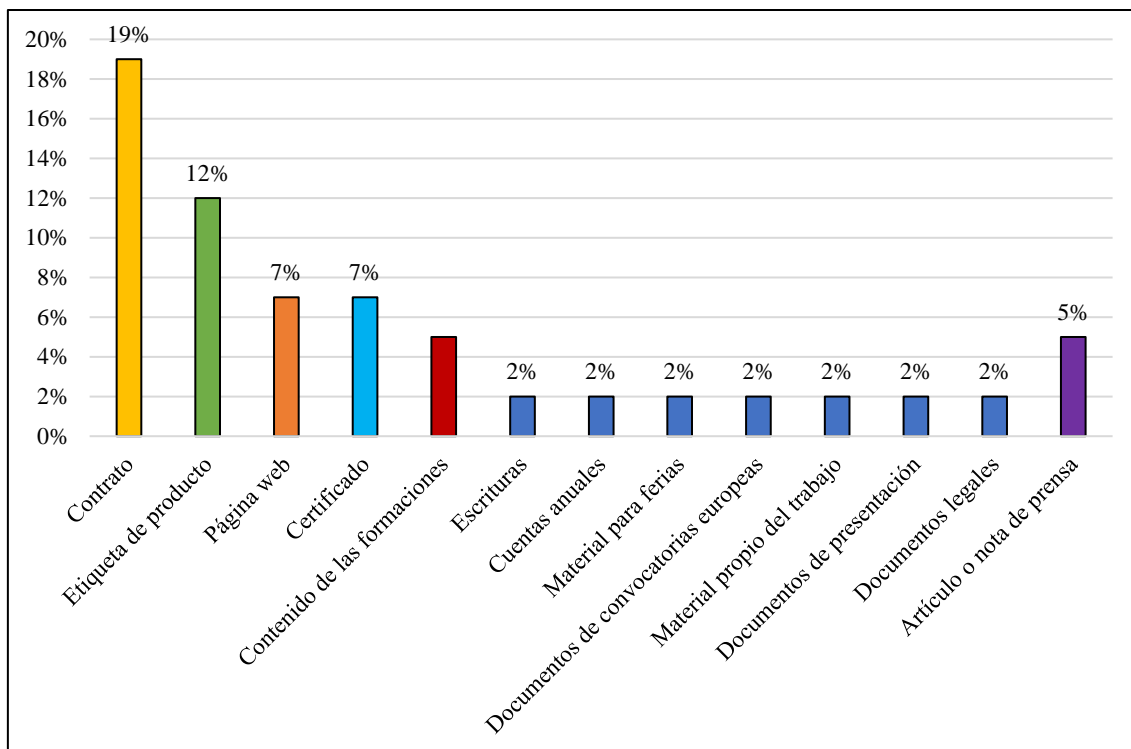


Gráfico 39. Proporción de los otros tipos de documentos que las empresas de la muestra necesitan traducir del o al inglés para el comercio con África

De forma general, se puede observar que el «otro» tipo de documento que se traduce del o al inglés en mayor medida es el contrato, un documento del que generalmente se encargan los traductores jurados. El segundo tipo de documento se corresponde con la etiqueta de producto, seguido de la página web y de los certificados. Asimismo, dos empresas (5%) necesitan traducir el contenido de los cursos de formación que imparten las empresas, así como el artículo o nota de prensa. Por último, una empresa ha especificado otros tipos de documento: escrituras, cuentas anuales, material para ferias, documentos de convocatorias europeas, material propio del trabajo, documentos de presentación de la empresa y documentos legales.

A modo de resumen, se puede decir que las respuestas de las empresas acerca de sus necesidades de traducción de documentos del o al inglés para el comercio con África permiten extraer los siguientes datos:

- No son frecuentes ya que solo un 17% de las empresas de la muestra necesita traducir estos documentos al menos una vez al mes
- De forma general, cubren estos servicios con personal en plantilla.
- Los documentos que más se traducen del o al inglés para dicha actividad con África en lo que respecta a documentos informativos, de comunicación con el

cliente, aduaneros o para el control de la calidad, son la factura, la carta o *email* de presentación, el informe técnico o certificación y la licitación.

- Los documentos de transporte que más se traducen son la *packing list*, el conocimiento de embarque marítimo y la nota de carga o embarque.
- En cuanto a los documentos financieros, los que más se traducen son la garantía o aval bancario.
- Con respecto a otros documentos que no figuraban en el cuestionario, el contrato y la etiqueta de producto son los dos documentos que se traducen en mayor medida.

4.2.5.2.3. Necesidades de traducción de portugués

A continuación, formulamos las mismas preguntas sobre las necesidades de traducción de documentos del o al portugués. Al igual que en los apartados del cuestionario sobre la traducción de documentos del o al inglés y francés, en primer lugar, se les preguntó a los sujetos por la frecuencia con la que necesitan traducir documentos del o al portugués (pregunta 29), que permitió obtener las respuestas del siguiente gráfico.

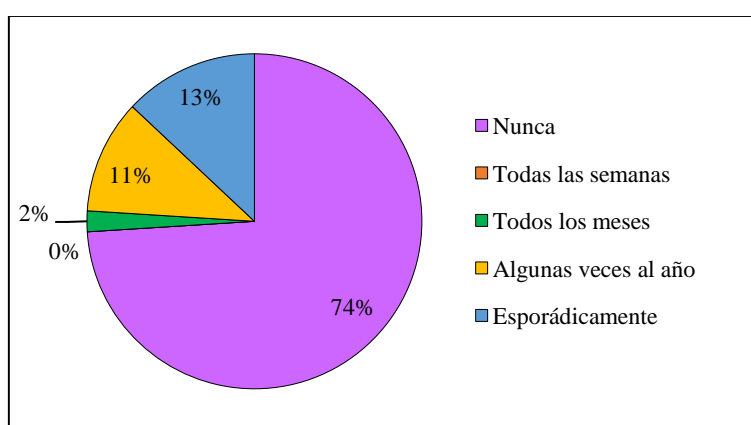


Gráfico 40. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos del o al portugués para el comercio con África

La mayoría de las empresas que participaron en el estudio no necesitan traducir documentos del o al portugués para su actividad con África (74%). Un gran número de sujetos afirmaba que les era posible comunicarse en español por la similitud entre las lenguas. Solo una empresa necesita traducir documentos de o a esta lengua todos los meses (2%), un 11%, algunas veces al año, y un 13%, esporádicamente. Comparado con la misma pregunta formulada para los documentos que se traducen del o al inglés y

francés, el portugués es la lengua que menos representación tiene en este bloque dedicado a la traducción de documentos en el marco de la actividad con África.

En la pregunta sobre la forma de cubrir los servicios de traducción por parte de estas empresas (pregunta 30), las respuestas fueron las que se representan en la siguiente tabla.

Respuesta	Número	Proporción
Con personal en plantilla	6	37%
Con los servicios de traductores externos	10	63%
Otro (especifique)	0	0%

Tabla 33. Forma de cubrir los servicios de traducción del o al portugués para el comercio con África

La mayoría de las empresas que necesitan traducir documentos del o al portugués cubre estos servicios con traductores externos. Este hecho puede deberse a que, de forma general, logran comunicarse de forma oral en español con sus clientes o socios de habla portuguesa, pero no por escrito o de una manera que cumpla con las necesidades lingüísticas de aquellos documentos que traduzcan.

A continuación, se preguntó sobre la frecuencia con la que necesitan traducir del o al portugués los documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad en el marco del comercio con África (pregunta 31). Las respuestas se representan en la tabla 34.

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
Carta o <i>email</i> de presentación	0%	13%	6%	81%
Carta o <i>email</i> con documentos de una compraventa adjuntos (factura, contrato, pedido)	0%	6%	19%	75%
Carta o <i>email</i> con publicidad, información de la subida o bajada de precios, catálogos, etc. adjuntos	0%	6%	6%	88%
Carta o <i>email</i> en el que se informe de las condiciones de venta	0%	0%	13%	88%
Carta o <i>email</i> (otro)	0%	6%	13%	75%
SMS	0%	0%	6%	94%
Mensajes de WhatsApp	0%	0%	6%	94%
Licitación	6%	13%	19%	63%
Folleto de información de productos	0%	13%	6%	81%
Informe técnico o certificación	6%	19%	31%	44%
Anuncio	0%	0%	6%	94%
Factura (proforma o comercial)	0%	6%	6%	88%

Documentos aduaneros para mercancía comunitaria (DUA, declaración sumaria, intrastat, DV1, certificado AGRIM, CITES o AGREX)	0%	6%	6%	88%
Cuaderno ATA	0%	0%	6%	94%
Certificado de origen	0%	0%	6%	94%
Factura consular	0%	0%	6%	94%
EUR 1 o EUR 2	0%	0%	6%	94%
Modelo A/ certificado SPG (Sistema de Preferencias Generalizadas)	0%	0%	6%	94%
Modelo APR	0%	0%	6%	94%
Documentos aduaneros de acompañamiento sanitario (solicitud de inspección, Documento Veterinario Común de Entrada, certificado de fumigación, fitosanitario, de aflatoxina o fitopatológico, documento de pago de tasas y declaración jurada)	0%	0%	0%	100%
Documentos para el control de la calidad (certificado de aceptación, de análisis, de inspección, de calidad, SOIVRE, casher, CAFI, informe de peritaje, inspección de preembarque o declaración de mercancías peligrosas)	0%	0%	6%	94%
Certificado halal	0%	0%	0%	100%
Certificado Unificado de Exportación (DUE)	0%	0%	6%	94%

Tabla 34. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad del o al portugués para el comercio con África

Se puede apreciar, a partir del porcentaje que seleccionó la opción «nunca», que no se demanda tanto la traducción del o al portugués de determinados tipos de documentos. Tomando aquellos cuyo valor sumando «frecuentemente», «a veces» y «casi nunca» sea superior o igual a 20%, solo destacan la carta o *email* con documentos de una compraventa adjuntos, otro tipo de carta o *email*, la licitación y el informe técnico. Todos los demás documentos tienen un porcentaje de «nunca» superior al 80%, algo que no ocurría en la misma pregunta formulada en relación con la traducción de estos documentos del o al inglés y francés.

Por ello, al ser poco numerosos, a continuación, se representarán todos los documentos de la pregunta, teniendo en cuenta el total de empresas que los traducen y la frecuencia con la que lo hacen.

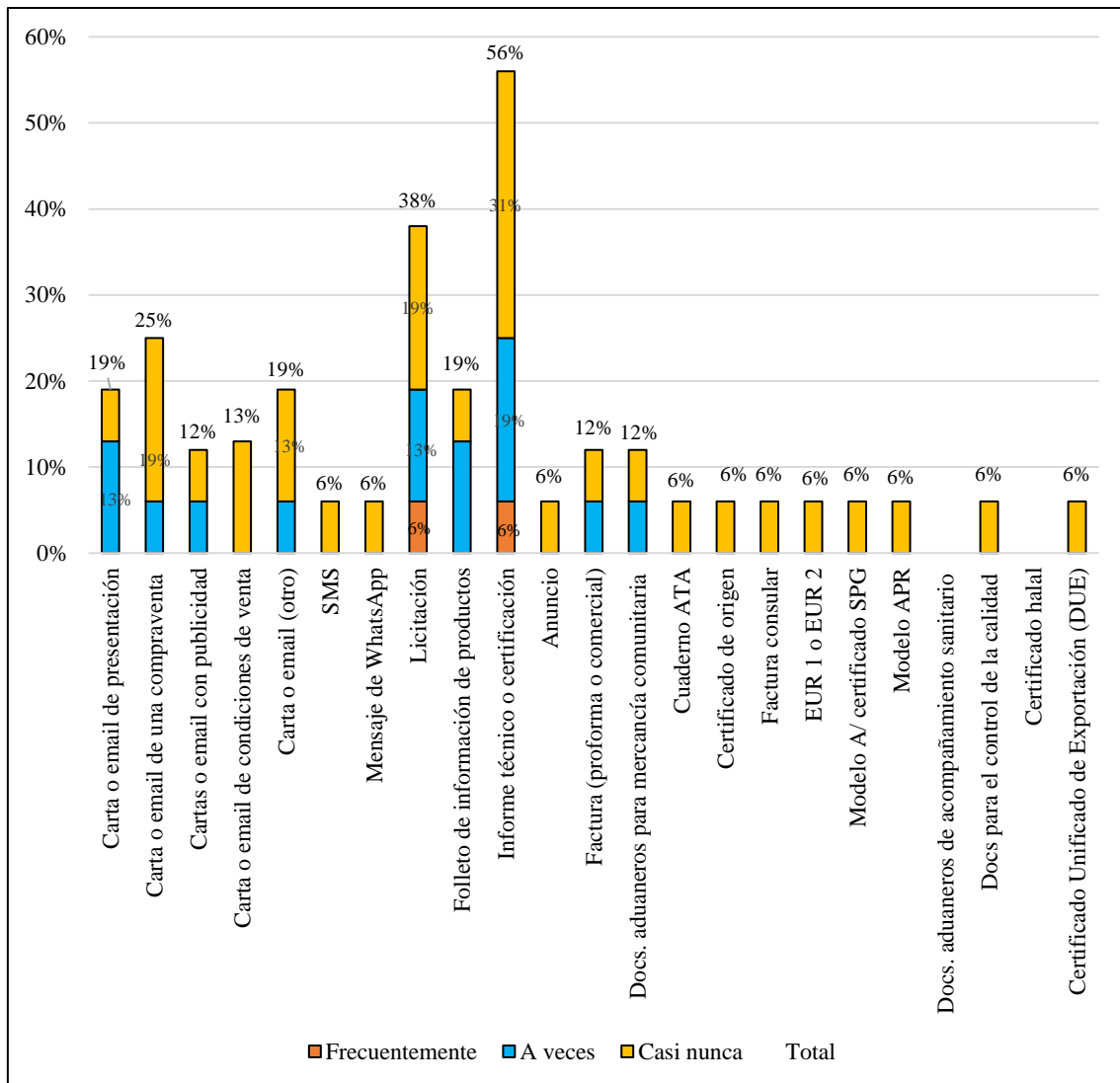


Gráfico 41. Frecuencia con la que las empresas necesitan traducir documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad del o al portugués para el comercio con África

Se puede observar que los documentos que necesita traducir un mayor número de empresas son el informe técnico o certificación, la licitación, la carta o *email* con documentos de una compraventa, la carta o *email* de presentación y otro tipo de carta o *email*. Teniendo en cuenta los valores de «frecuentemente» y «a veces», los documentos que se traducen del o al portugués con más asiduidad son el informe técnico o certificación y la licitación. En este caso, ocurre algo que no tuvo lugar en las mismas preguntas referentes a las necesidades de traducción del o al inglés y francés, y es que determinados tipos de documento no se traducen nunca del o al portugués, como son los documentos aduaneros de acompañamiento sanitario.

Las respuestas a la pregunta sobre la frecuencia con la que los sujetos traducen documentos de transporte del o al portugués (pregunta 32) se presentan en la siguiente tabla.

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
<i>Packing list</i>	0%	0%	6%	94%
Aviso de impedimento de entrega o de transporte	0%	0%	6%	94%
Nota de carga o de embarque	0%	0%	6%	94%
Recibo de transitario	0%	0%	6%	94%
Carta de indemnidad o garantía	0%	0%	6%	94%
Recibo de embarque, de a bordo o de piloto	0%	0%	6%	94%
Póliza de fletamento	0%	0%	6%	94%
Conocimiento de embarque marítimo	0%	0%	6%	94%
Aviso de llegada	0%	0%	6%	94%
Orden de entrega	0%	0%	6%	94%
Manifiesto (transporte marítimo o aéreo)	0%	0%	6%	94%
Conocimiento de embarque o carta de porte aéreo	0%	0%	6%	94%
Guía de porte aéreo (madre o hija)	0%	0%	6%	94%
Orden u hoja de carga	0%	0%	6%	94%
Hoja para mercancía con trato diferenciado	0%	0%	6%	94%
Documentos de transporte fluvial (conocimiento de embarque)	0%	0%	0%	100%
Documentos de transporte por carretera o por ferrocarril (cuaderno TIR, carta de porte por carretera, carta de porte ferroviario o declaración TIF)	0%	0%	6%	94%
Documentos de transporte por correo postal (recibo de paquete postal)	0%	0%	6%	94%
Documentos de transporte multimodal (documento de transporte combinado, modal o multimodal o recibo del capitán)	0%	0%	6%	94%
Documentos de acompañamiento al transporte (certificado de seguros, póliza de seguro, certificación de averías, etc.)	0%	0%	6%	94%

Tabla 35. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos de transporte del o al portugués para el comercio con África

Se puede observar que los resultados que aportan las respuestas a esta pregunta no resultan relevantes ya que, de 16 empresas que necesitan traducir documentos del o al portugués para su actividad comercial con África, solo una empresa necesita traducir documentos de transporte (6%). Además, dicha empresa ha seleccionado en todos los casos que necesita traducir estos tipos de documentos «casi nunca», excepto el

conocimiento de embarque fluvial (nunca). Puesto q se trata de una única empresa no resulta relevante mostrar los resultados en gráficos.

En tercer lugar, se presentarán las respuestas a la pregunta 33, acerca de las necesidades de traducción de documentos financieros del o al portugués.

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
DD1, DD2 o DD2 bis (apertura, movimientos o cancelación de cuentas en el exterior)	0%	0%	0%	100%
PE1, PE1, PE3, PE4, CC1, CC2 O CP1 (préstamos recibidos de no residentes o créditos comerciales concedidos por estos)	0%	0%	0%	100%
B1 y B3 (movimientos de dinero en metálico)	0%	0%	0%	100%
Aviso de aceptación de pago o cobro	0%	6%	6%	88%
Aviso de pago o impago	0%	6%	0%	94%
Solicitud de crédito documentario	0%	0%	6%	94%
Cheque bancario, cheque o talón personal o pagaré	0%	0%	0%	100%
Transferencia bancaria u orden de pago	0%	0%	0%	100%
Letra de cambio	0%	0%	6%	94%
Crédito documentario	0%	0%	6%	94%
Efecto de comercio	0%	0%	0%	100%
Garantía o aval bancario	0%	6%	6%	88%

Tabla 36. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan traducir documentos financieros del o al portugués para el comercio con África

Como se puede ver, escasean las empresas que necesiten traducir documentos financieros de o al portugués para el comercio con África.

A continuación, se representará el total de empresas que requieren que los documentos financieros se traduzcan del o al portugués para su actividad con África y con qué frecuencia.

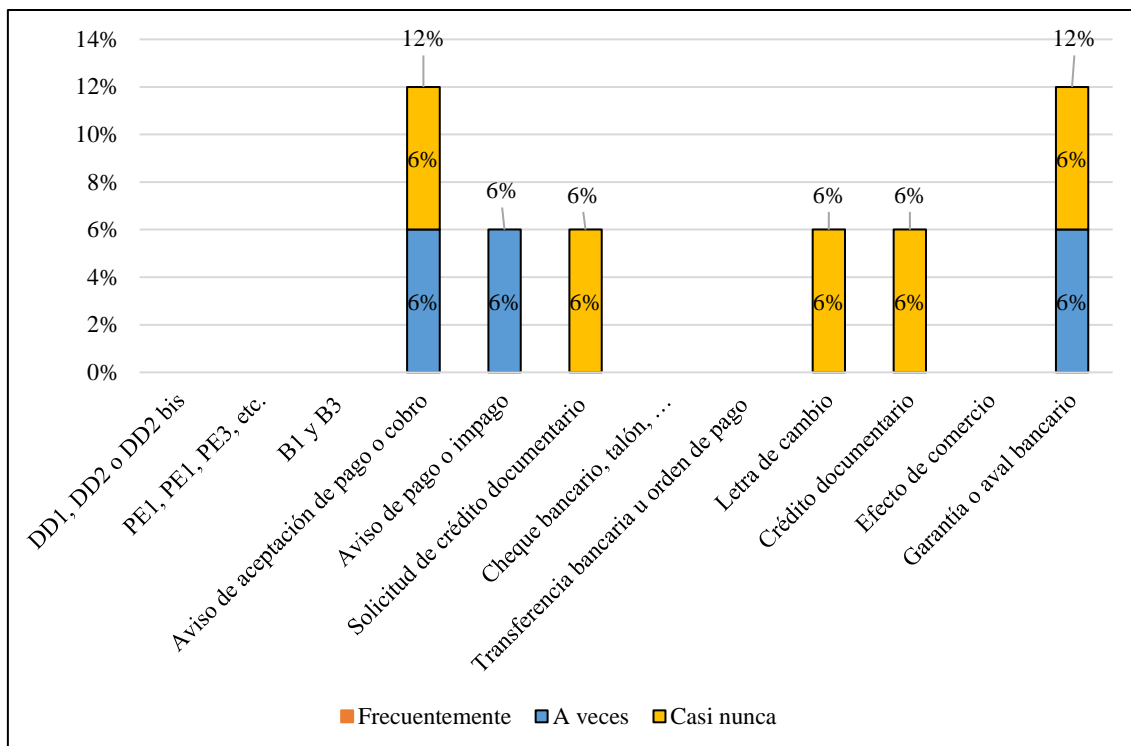


Gráfico 42. Frecuencia con la que las empresas necesitan traducir documentos financieros del o al portugués para el comercio con África

Como muestra el gráfico, los documentos financieros que necesita traducir un mayor número de empresas son, en la misma proporción, la garantía o aval bancario y el aviso de aceptación de pago o cobro (12%) y, con un 6% cada uno, el crédito documentario, la letra de cambio, la solicitud de crédito documentario y el aviso de pago o de impago.

Ninguna empresa ha seleccionado la opción «frecuentemente» con referencia a la traducción de documentos financieros del o al portugués. Por ello, los que se traducen con más asiduidad son aquellos en los que se ha seleccionado la opción «a veces», que son, con la misma cantidad, el aviso de aceptación de pago o cobro, el aviso de pago o impago y la garantía o aval bancario. Estos dos últimos, al tener también una proporción de empresas que necesitan que se traduzcan «casi nunca», podrían considerarse los documentos financieros que más se traducen del o al portugués para el comercio con África.

Para terminar con las preguntas relativas a la traducción de documentos del o al portugués, se presentarán las respuestas a la última cuestión (pregunta 34) sobre otros documentos que los sujetos necesiten traducir en esta combinación lingüística que no se hayan mencionado en las tablas proporcionadas en las preguntas anteriores.

En este caso, a diferencia de la misma pregunta respecto al inglés y al francés, la mayoría de los sujetos de la muestra no necesita traducir otros tipos de documentos que no se hayan mencionado. De los 16 sujetos que necesitan traducir documentos del o al portugués para el comercio con África, 10 han respondido que necesitan traducir otros tipos de documentos que no se mencionaron en preguntas anteriores.

Los sujetos podían formular sus respuestas de forma libre, por lo que el análisis se realiza agrupando los tipos de documentos más similares, como si se tratara de una pregunta multirrespuesta, ya que varios mencionaron diversos tipos de documentos en sus respuestas.

Tipo de documento	Número	Proporción
Escrituras	1	6%
Cuentas anuales	1	6%
Acta	2	12%
Memoria	1	6%
Artículo o nota de prensa	2	12%
Contrato	3	19%
Presentación comercial	1	6%
Material propio del trabajo	2	12%
Documentos jurídicos	1	6%
Página web	1	6%

Tabla 37: Otros tipos de documentos que las empresas de la muestra necesitan traducir del o al portugués para el comercio con África

A continuación, se representará gráficamente:

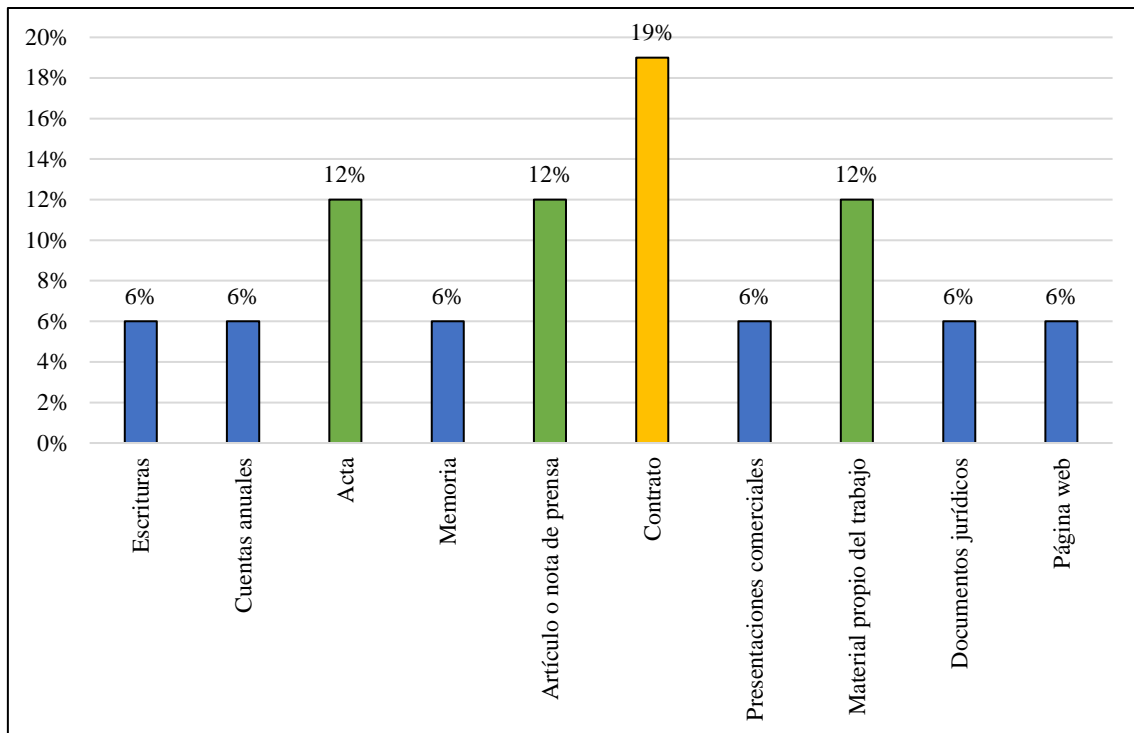


Gráfico 43. Proporción de los otros tipos de documentos que las empresas de la muestra necesitan traducir del o al portugués para el comercio con África

En general, se puede observar que el otro tipo de documento que más se traduce del o al portugués para el comercio con África es el contrato, que, según apuntaba la mayoría de los sujetos, requiere que las traducciones las hagan los traductores jurados. En segundo lugar, y en la misma proporción, un 12% requiere traducir el acta, el artículo o nota de prensa y el material propio del trabajo del o al portugués. Por último, un 6% (es decir, una empresa) necesita traducir cada uno de los siguientes tipos de documentos: las escrituras, las cuentas anuales, la memoria, la presentación comercial, los documentos jurídicos y la página web.

Este apartado sobre las necesidades de traducción de documentos del o al portugués para el comercio con África permite extraer los siguientes puntos:

- Un 26% de la muestra, es decir, 16 empresas, necesitan traducir documentos del o al portugués para el comercio con África.
- La mayor proporción (13%) afirma que requiere estos servicios esporádicamente, seguido de un 11% que los requiere algunas veces al año, y de un 2% que lo hace todos los meses.
- La mayoría de estas 16 empresas (63%) cubre estos servicios de traducción con traductores externos.

- Los documentos que más se traducen son los documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad. Por orden, se trata fundamentalmente del informe técnico, la licitación, la cartas o *email* con documentos de una compraventa adjuntos y otro tipo de carta o *email*.
- En los documentos de transporte se ha observado que solo una empresa necesita traducirlos del o al portugués y que lo hace con una asiduidad reducida, por lo que no resulta significativo y, además, acude a todos los tipos de documentos por igual con la misma frecuencia, exceptuando el conocimiento de embarque fluvial.
- Los documentos financieros que más se traducen son, en la misma proporción, el aviso de aceptación de pago o cobro y la garantía o aval bancario.
- Los otros tipos de documentos que no se mencionaron en las preguntas pero que necesitan traducirse son fundamentalmente el contrato, la nota de prensa o artículo y el material propio del trabajo.

4.2.5.2.4. Comparación entre las necesidades de traducción del o al inglés, francés y portugués

Para poder comparar las necesidades de traducción de las empresas del estudio en función de la lengua (inglés, francés y portugués) se tomarán, en primer lugar, los porcentajes relativos a la frecuencia con la que necesitan traducir documentos de o a alguna de estas lenguas. En este caso, se toma como muestra el total de las 61 empresas del estudio. Como, en función de la respuesta obtenida, tendrían que seguir respondiendo las siguientes preguntas o tenían que saltar a la misma pregunta referente a otra lengua, a partir de la siguiente pregunta se hace una comparación que se basa en el número exacto de empresas en lugar de emplear porcentajes.

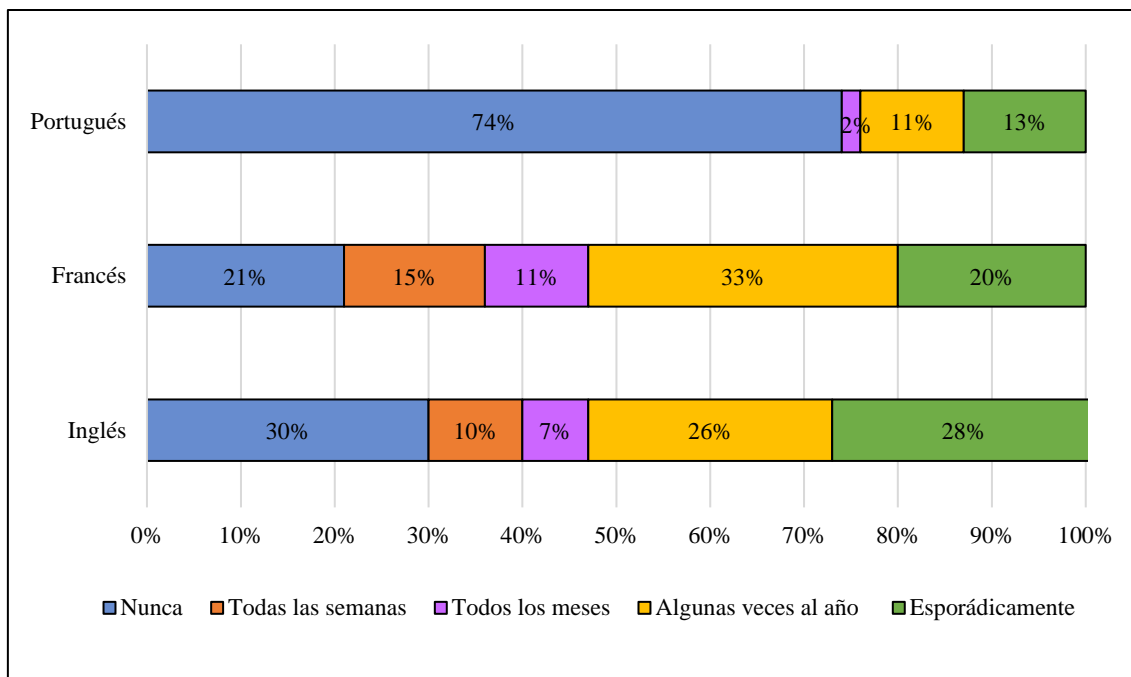


Gráfico 44. Frecuencia con la que las empresas necesitan traducir documentos del o al inglés, francés o portugués

Como se puede comprobar, la muestra del estudio necesita traducir documentos del o al francés con mayor frecuencia que del o al inglés o portugués. En el gráfico se observa que el francés, además de ser la lengua a o de la que necesitan traducir documentos en mayor medida, por tener el valor de «nunca» más bajo, también es la que se demanda con más frecuencia, a pesar de que la mayor proporción (33%) lo haga «algunas veces al año».

En segundo lugar, se puede comparar la forma de cubrir los servicios de aquellas empresas que necesitan traducir documentos a algunas de las lenguas mencionadas. Cabe destacar que el número de sujetos que respondió a la pregunta anterior era el mismo. Sin embargo, aquellos que respondieron «nunca» en dicha pregunta, no responderían a las siguientes preguntas de cada combinación lingüística. Para poder hacer una comparación entre las respuestas obtenidas de las preguntas sobre la traducción de documentos del o al inglés, francés o portugués, tomaremos el número de empresas ya que los porcentajes no reflejarían la realidad (10% de diez empresas es una empresa y 10% de 60 empresas son 6 empresas, por lo que no sería un criterio aplicable).

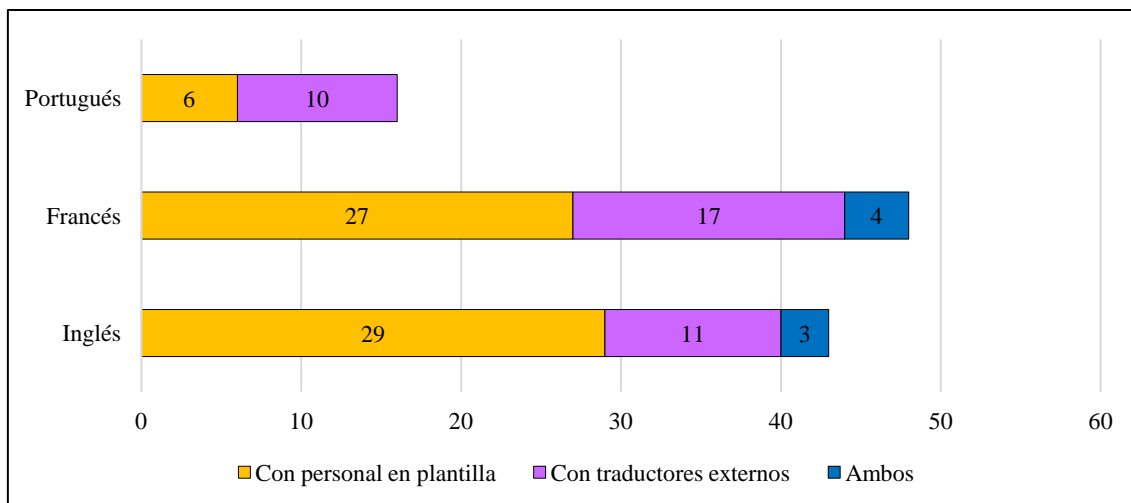


Gráfico 45. Forma de cubrir los servicios de traducción de las empresas de la muestra (en número de empresas)

Estas respuestas y su comparación por combinación lingüística nos brindan una imagen de la realidad del mercado de la traducción en el ámbito del comercio exterior para alcanzar uno de los objetivos principales de la investigación, que consiste en conocer cuáles son las oportunidades de trabajo de los traductores e intérpretes de Canarias en el marco de esta actividad. Gracias a las respuestas obtenidas, se puede afirmar que la mayoría de las empresas que cubren los servicios con traductores en plantilla son aquellas que necesitan traducir documentos del o al inglés, aunque se encuentran en valores equiparables a las que necesitan traducirlos del o al francés. Sin embargo, las empresas que recurren a traductores externos son en su mayoría las que necesitan traducir documentos del o al francés. Por último, las empresas que necesitan traducir documentos al portugués, aunque sean minoritarias, también acuden principalmente a traductores externos.

A continuación, se comparan las necesidades de traducción por combinación lingüística de los tipos de documentos comentados anteriormente, que se dividen en cuatro categorías: (1) documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad; (2) documentos de transporte; (3) documentos financieros, y (4) otros tipos de documentos que no se hayan mencionado en las preguntas del cuestionario.

Para poder hacer una comparación, y teniendo en cuenta que ya se ha comentado de forma separada la asiduidad con la que se necesitan traducir los documentos referentes a cada lengua, se tomarán como datos los valores totales de las empresas que traducen dichos

tipos de documentos. Es decir, se sumará el número de empresas que necesite traducir cada uno «frecuentemente», «a veces» y «casi nunca» para cada lengua.

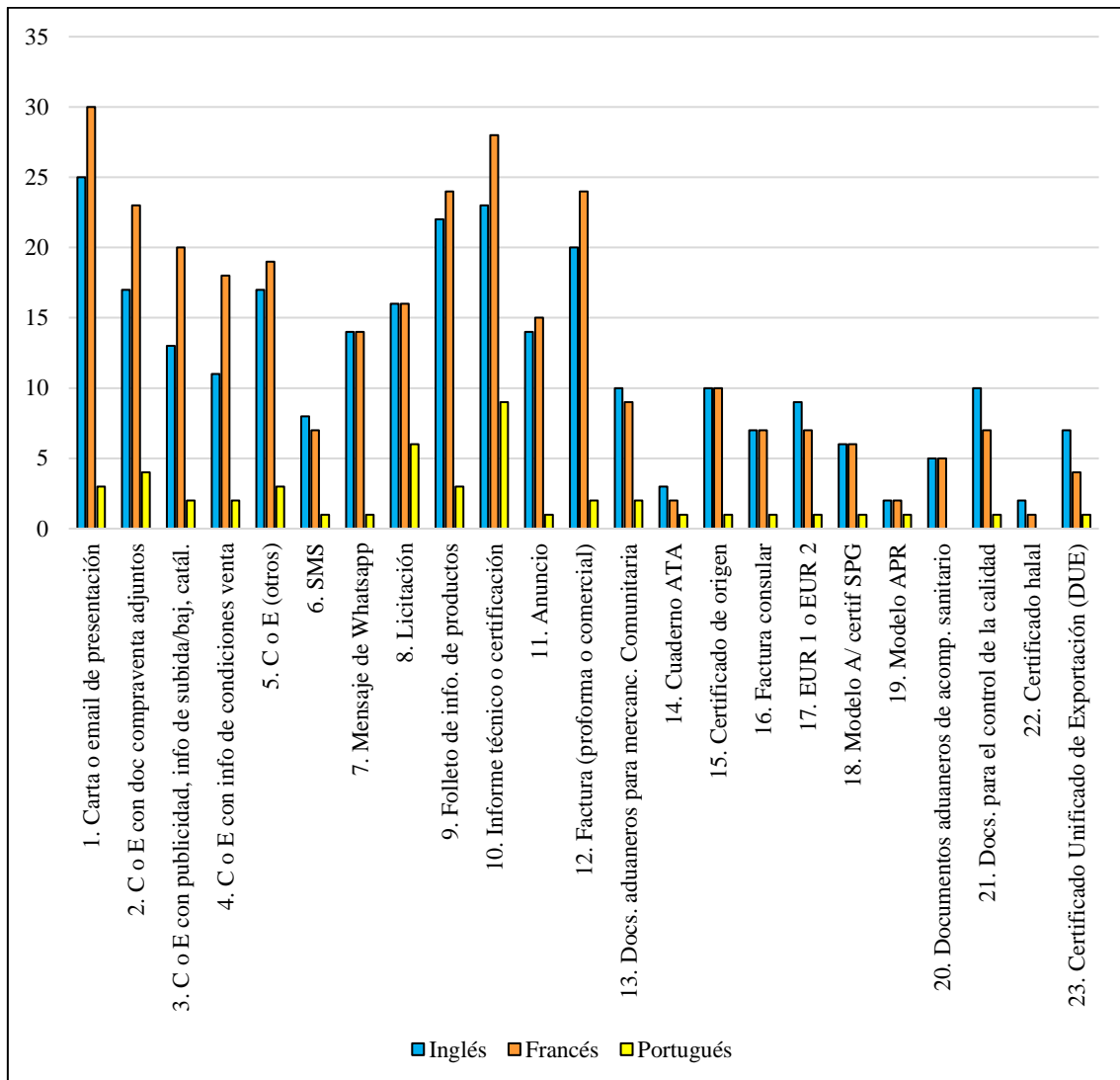


Gráfico 46. Necesidad de traducción de documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad, por lengua (en número de empresas)

Independientemente de la frecuencia con la que demanden los servicios de traducción de estos documentos, se puede observar que un mayor número de empresas necesita traducir los documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad del o al francés que del o al inglés o portugués.

Se puede observar que destacan la traducción de la carta o *email* de presentación del o al francés, del informe técnico o certificación, del folleto de información de productos o servicios y de la factura (proforma o comercial). Por otro lado, a pesar de que no los traduzca un número elevado de empresas, algunos tipos de documentos sí los traduce

un mayor número de empresas del o al inglés. Se trata del SMS, los documentos aduaneros para mercancías comunitarias, el EUR 1 o EUR 2, los documentos para el control de la calidad, el certificado halal y el Certificado Unificado de Exportación.

En otros casos, también se puede observar, sin tener en cuenta la asiduidad, que el número de empresas coincide, como en la traducción del mensaje de WhatsApp, la licitación, el certificado de origen, la factura consular, el modelo A o certificado SPG, el modelo APR y los documentos de acompañamiento sanitario. Por ello, seleccionaremos estos documentos y veremos su frecuencia en ambas lenguas:

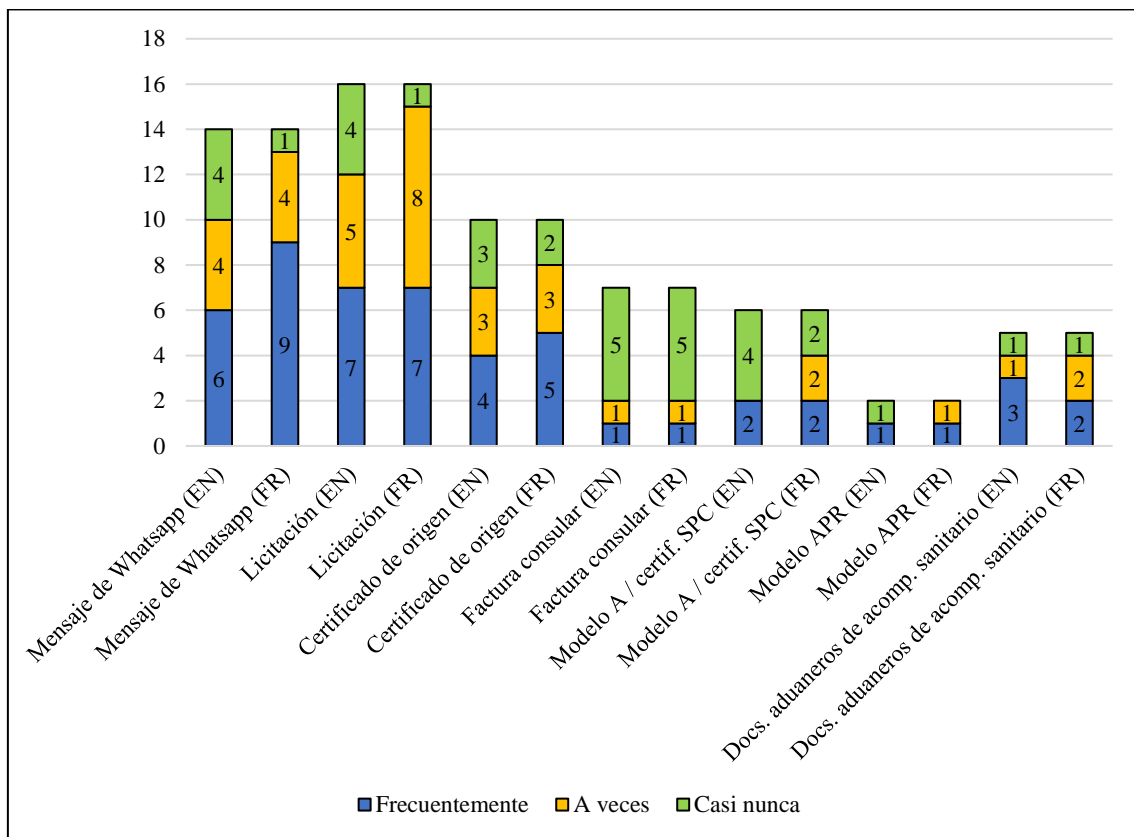


Gráfico 47. Frecuencia con la que se traducen documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad de un mismo número de empresas del o al inglés y francés (en número de empresas)

Este gráfico detalla la frecuencia con la que se traducen estos tipos de documentos al tener un empate en el número de empresas que los traduce del o al inglés y francés. Gracias a él podemos valorar si se necesita con más frecuencia traducir del o al francés o inglés, señalado por su código entre paréntesis (FR o EN). Muestra que las empresas que los traducen del o al francés (FR) lo hacen con mayor frecuencia en todos los casos excepto en el de la factura consular, donde el número de empresas que lo precisa del o al inglés y francés es el mismo y con la misma frecuencia. También ocurre en el caso de los

documentos aduaneros de acompañamiento sanitario, donde se precisa su traducción con más frecuencia del o al inglés, aunque únicamente tres empresas los traducen en esta combinación frente a dos empresas que los traducen del o al francés, por lo que no tiene mayor relevancia en comparación con otros tipos de documentos que tienen más protagonismo en este estudio.

A continuación, se comparan estos aspectos en lo referente a las necesidades de traducción de documentos de transporte a las lenguas mencionadas para el comercio con África.

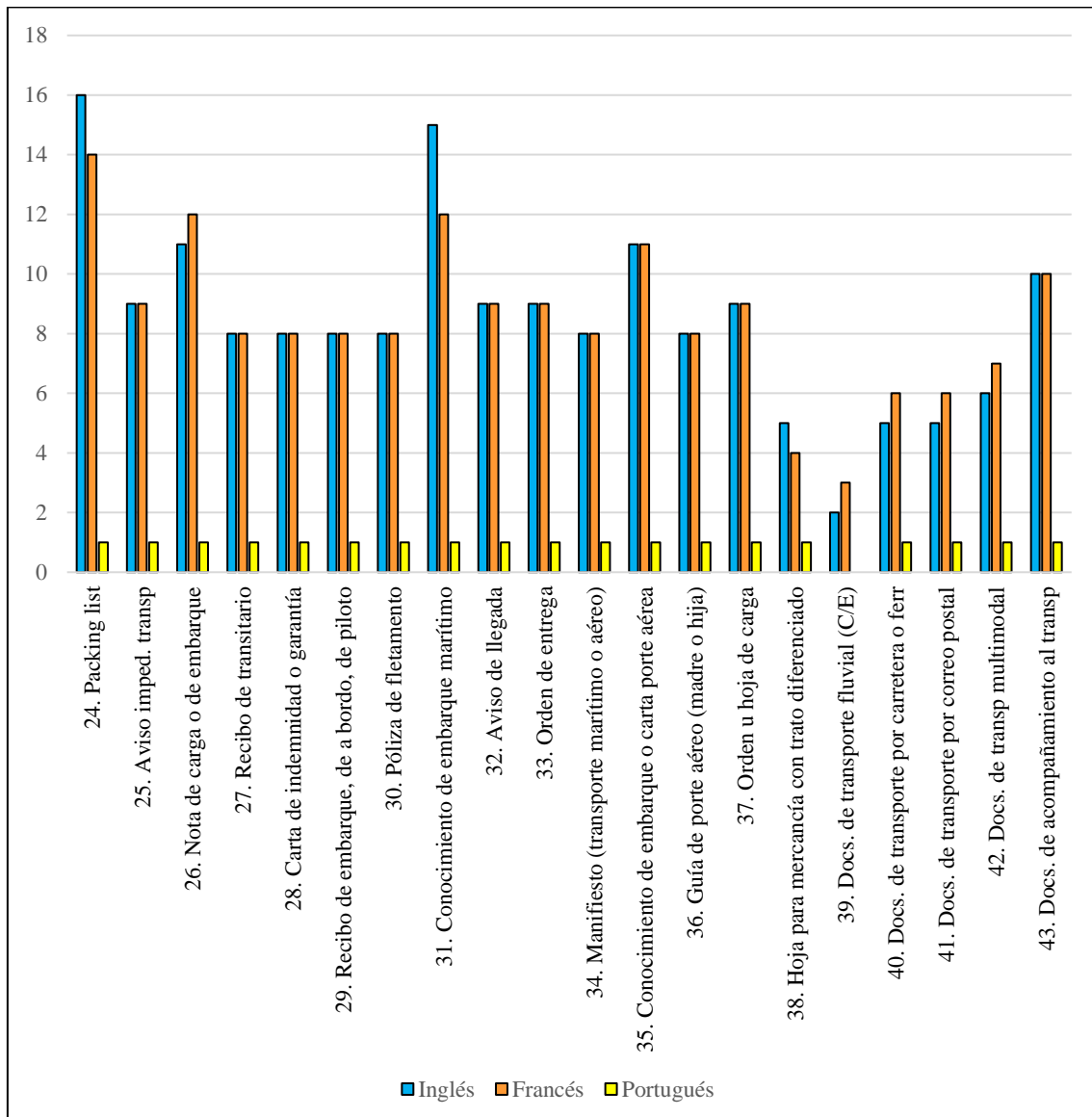


Gráfico 48. Necesidad de traducción de documentos de transporte para el comercio con África (en número de empresas)

Como se puede observar, y se comentó en apartados anteriores, no resulta destacable la traducción de documentos de transporte del o al portugués ya que solo una empresa los precisaba con una asiduidad baja.

En cuanto a la traducción de estos tipos de documentos del o al inglés y francés, se aprecia que el total de empresas que precisa traducirlos a estas dos lenguas, en muchos casos, es el mismo. Destaca la traducción del o al inglés de la *packing list* y el conocimiento de embarque marítimo, que son los documentos que traduce un mayor número de empresas, así como la traducción de la hoja para mercancías con trato diferenciado. Esto puede deberse a que se considera el inglés como la lengua global y que, además, existe una alta estandarización de términos en inglés en el ámbito del comercio internacional, que podrían intervenir en los documentos que más se traducen a esta lengua.

Por otra parte, destaca la traducción del o al francés de la nota de carga o de embarque, los documentos de transporte fluvial, los documentos de transporte por carretera o ferrocarril, los documentos de transporte por correo postal y los documentos de transporte multimodal.

El resto de los documentos se corresponden con un mismo total de empresas que los traduce del o al inglés y francés y es el motivo por el cual se detallará la frecuencia a continuación para poder comparar la asiduidad con la que se traducen.

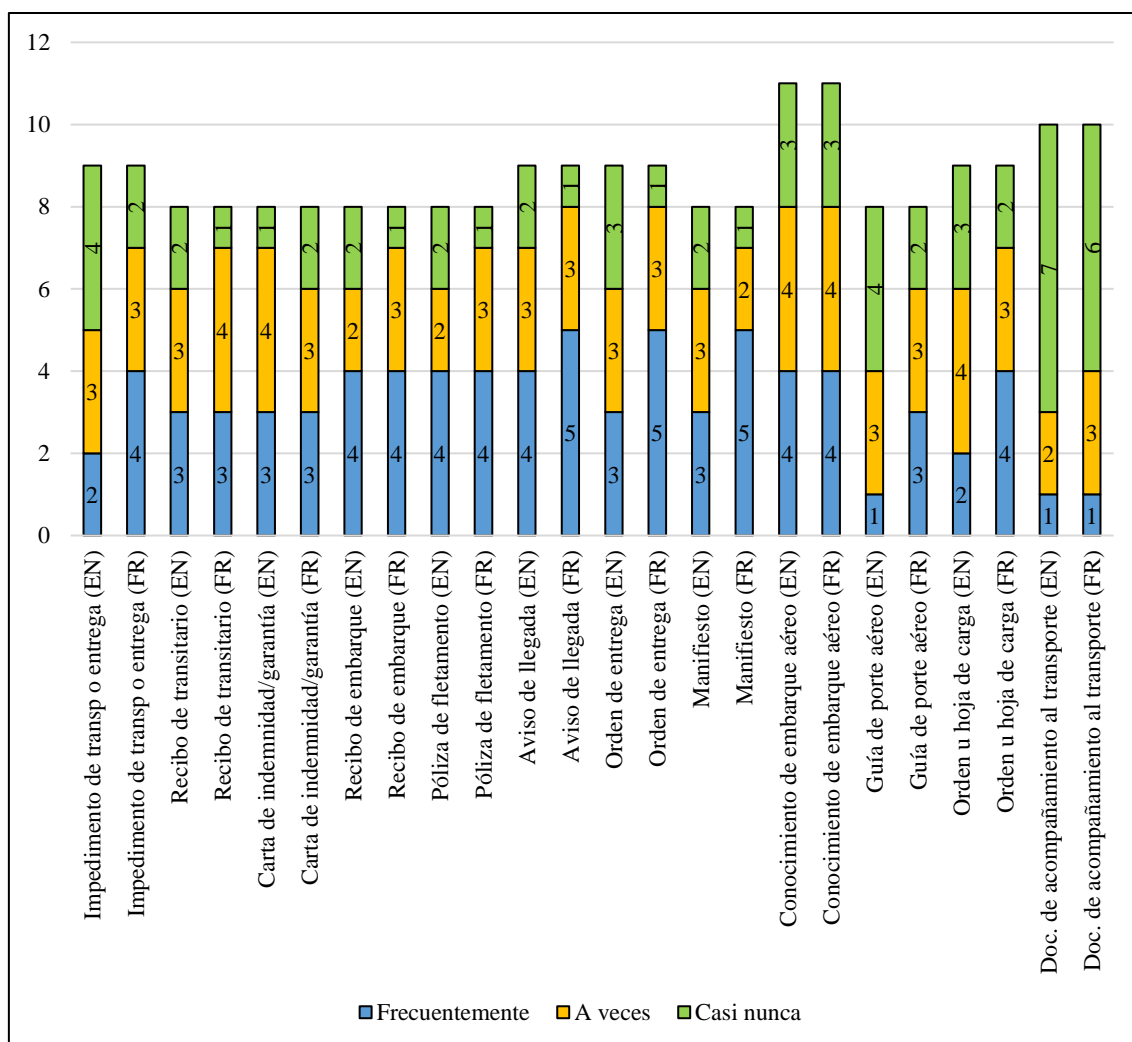


Gráfico 49. Frecuencia con la que se necesitan traducir los documentos de transporte que traduce un mismo número de empresas del o al inglés y francés (en número de empresas)

Como muestra el gráfico 50, hay una mayor proporción en los valores de «frecuentemente» en el caso de la traducción de los siguientes documentos del o al francés: impedimento de transporte o entrega, aviso de llegada, orden de entrega, manifiesto (transporte aéreo o marítimo), guía de porte aéreo (madre o hija) y orden u hoja de carga. Además, en algunos casos en los que el valor de «frecuentemente» es el mismo tanto para la traducción de los documentos del o al inglés como del o al francés, el valor de «a veces» indica una mayor frecuencia. Se trata de los siguientes documentos: recibo de transitario, recibo de embarque o de a bordo, póliza de fletamento y documentos de acompañamiento al transporte.

Asimismo, otros documentos tienen exactamente los mismos valores de «frecuentemente», «a veces» y «casi nunca» en lo que a la traducción del o al inglés y

francés respecta, por lo que no se puede determinar cuál se traduce con más asiduidad. Se trata del conocimiento de embarque aéreo o carta de porte aérea.

Por último, el documento que se traduce por el mismo número de empresas en estas dos combinaciones lingüísticas, pero que lo hace con mayor frecuencia del o al inglés (por su valor en la opción «a veces») es la carta de indemnidad o garantía.

En resumen, se puede apreciar que, aunque los documentos de transporte que demanda un mayor número de empresas son, sobre todo, documentos que se traducen del o al inglés (*packing list* y conocimiento de embarque marítimo), otros muchos documentos los traduce un mayor número de empresas del o al francés y con más frecuencia.

Aunque en el ámbito del transporte muchas navieras trabajan exclusivamente en inglés, de acuerdo con los comentarios que hicieron varios sujetos de la muestra, se puede observar que el francés también tiene protagonismo en este ámbito.

Si se compara el número de empresas que traducen documentos de transporte con el número de empresas que traducen documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad, se puede observar que los segundos se traducen en mayor medida. Se puede deber a que el perfil de aproximadamente el 60% de las empresas que colaboraron en el estudio prestan servicios y que las que exportan productos son las que, en su mayoría, necesitan traducir documentos de transporte cuando no lo gestionan las navieras o intermediarios.

Para finalizar, se comparan estos aspectos en lo referente a las necesidades de traducción de documentos financieros a las lenguas mencionadas para el comercio con África.

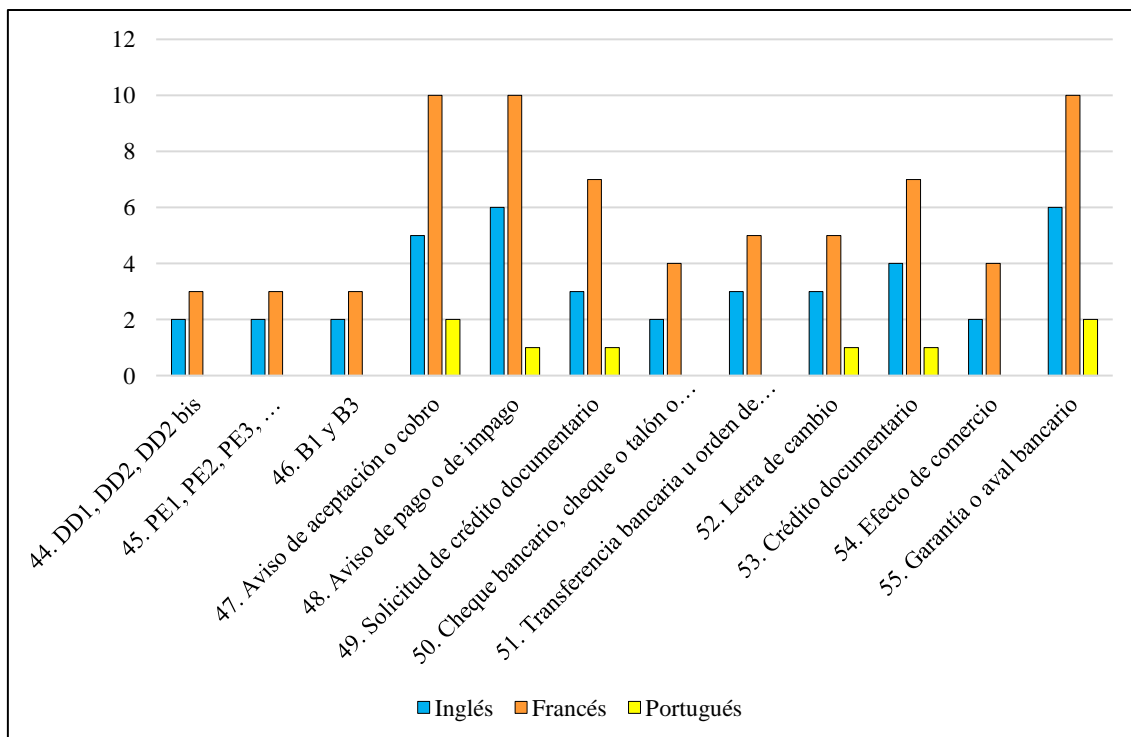


Gráfico 50. Necesidad de traducción de documentos financieros para el comercio con África (en número de empresas)

Como muestra el gráfico, un máximo de diez empresas ha precisado que debe traducir documentos financieros, por lo que estos tienen menor asiduidad y relevancia que los otros dos tipos de documentos que se analizaron anteriormente. En general, se puede apreciar que el francés es la lengua de o a la que necesitan traducir estos documentos un mayor número de empresas. En todos los casos el número de empresas que traduce documentos de o a esta lengua es mayor. También se observa que el portugués tiene valores muy discretos y poco representativos.

En general, los documentos financieros que más se traducen son, en la misma proporción, el aviso de aceptación de pago o cobro, el aviso de pago o de impago y la garantía o aval bancario.

Como no se dan casos en los que un mismo número de empresas necesite traducir determinados tipos de documentos, como ocurrió en los dos tipos de documentos anteriores, no es necesario analizar el nivel de asiduidad para compararlos. Es evidente el predominio de la traducción del o al francés y, como se comentó anteriormente en el análisis de las necesidades de traducción de documentos financieros del o al francés, los documentos que se traducen con más frecuencia son, por orden, el aviso de pago o impago, el aviso de aceptación de pago o cobro y la garantía o aval bancario.

En cuarto lugar, las empresas que colaboraron en el estudio podían indicar qué otros documentos necesitaban traducir para el comercio con África. Dicha respuesta era abierta y se analizó por separado en apartados anteriores, por lo que a continuación se aporta una representación gráfica de los otros tipos de documentos que se traducen a dichas lenguas.

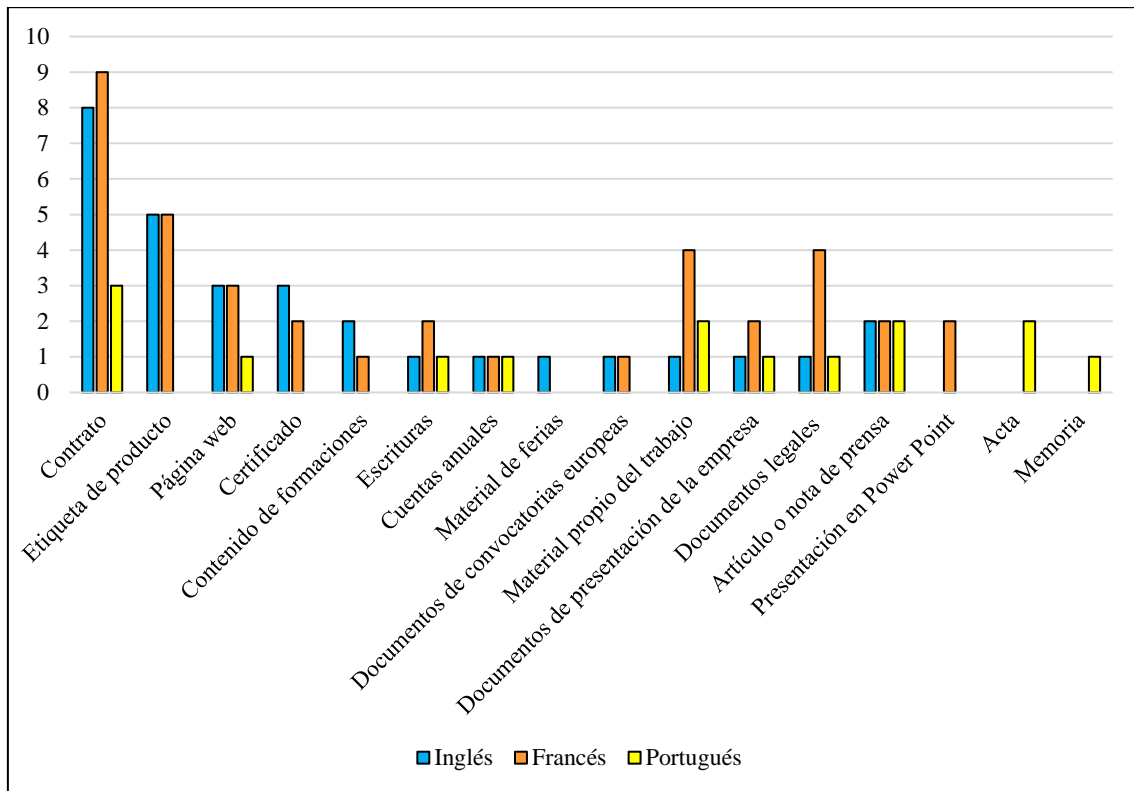


Gráfico 51. Necesidad de traducción de otros tipos de documentos para el comercio con África (en número de empresas)

Se puede observar que hay una mayor necesidad de traducción de otros tipos de documentos del o al francés, como es el caso del contrato, de las escrituras, del material propio del trabajo, de los documentos de presentación de la empresa, de los documentos legales y de la presentación en Power Point. Por el contrario, otros documentos se traducen en mayor medida del o al inglés, como el certificado, el contenido de formaciones o el material para ferias, y otros, como el acta o la memoria, solo del o al portugués. En general, los datos parecen indicar que la mayoría son documentos que se traducen del o al francés y que predominan los contratos.

Este segundo bloque del cuestionario, referente a la traducción de documentos para el comercio con África, ha permitido conocer las necesidades de traducción relativas a las tres lenguas que se contemplan en el estudio (inglés, francés y portugués). A través de las respuestas hemos podido averiguar que el francés es la lengua con la que necesitan

traducir con más frecuencia, seguida del inglés, y que los servicios se cubren sobre todo con personal en plantilla, pero que cuando se acude a traductores externos suele ser en su mayoría para traducir documentos del o al francés. Además, se ha podido conocer los tipos de documentos que más se traducen a estas lenguas. Se trata fundamentalmente de documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad, entre los que destacan la carta o *email* de presentación. Se trata de un documento que podría suponer un primer paso para alcanzar un acuerdo comercial con otra parte del continente africano. En segundo lugar, se necesita traducir documentos de transporte, aunque en menor medida que los primeros ya que son documentos que solo se emiten cuando se exportan productos, y en el caso del presente estudio casi un 60% de la muestra se compone de empresas que prestan servicios. Por último, se puede afirmar que no destaca la traducción de documentos financieros a ninguna de las lenguas contempladas en la presente investigación.

De cara a la formación de futuros traductores e intérpretes y a su búsqueda de empleo, los campos de especialización son relevantes y es interesante averiguar a qué sectores comerciales pertenecen las empresas que más demandan la traducción de documentos y la interpretación. Por ello, como apunte final a esta comparación entre las necesidades de traducción en las distintas lenguas, se han tomado los datos del apartado 4.2.5.1., sobre los sectores en los que operan las empresas que participaron en el estudio, y se cruzaron los resultados obtenidos con los que se pudieron extraer en este segundo bloque. El resultado del cruce de datos permite conocer cuáles son las actividades en las que más se traducen documentos.

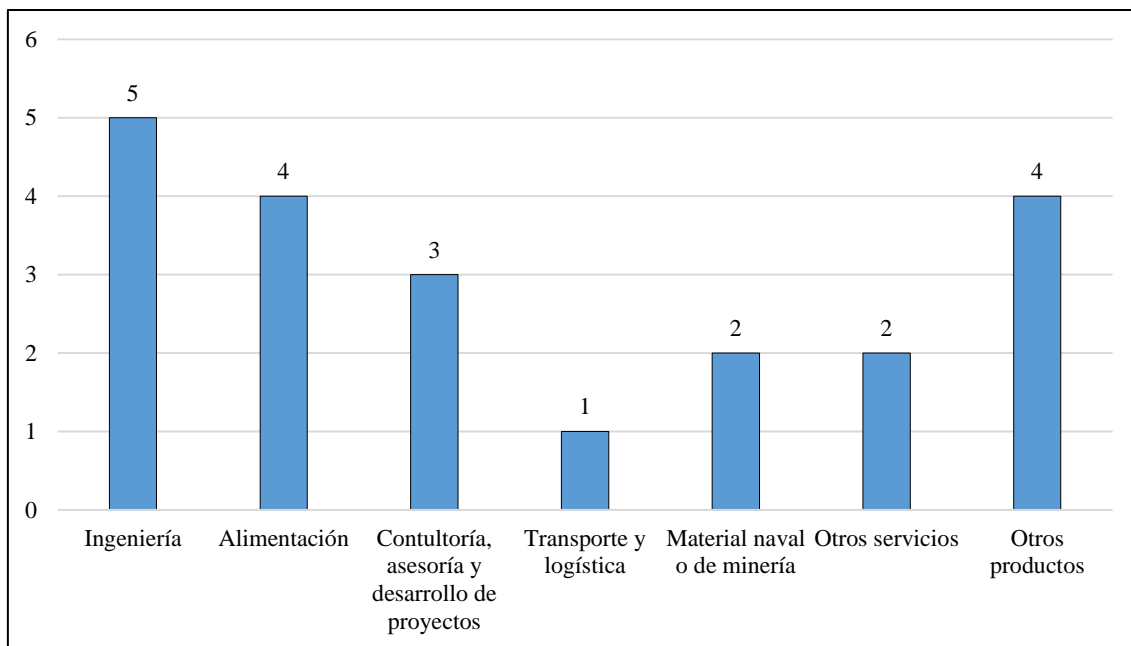


Gráfico 52. Sectores de actividad de las empresas que necesitan traducir documentos con mayor frecuencia para el comercio con África

Se puede observar que las empresas que necesitan traducir documentos en el marco de la actividad comercial con África son, por orden: (1) empresas de ingeniería, (2) empresas de alimentación, (3) empresas que exportan otros productos que, en estos casos son cartón, mangueras de combustible y productos químicos, (4) empresas que se dedican a la consultoría, asesoría y desarrollo de proyectos, (5) las que exportan material naval o de minería y (6) aquellas que prestan otros servicios o (7) que se dedican al transporte y la logística.

4.2.5.3. Resultados del tercer bloque: necesidades de interpretación

A continuación, se describirán las respuestas del tercer bloque, relativo a las necesidades de interpretación de las empresas de la muestra para el comercio con África. En primer lugar, se presentarán las respuestas a las preguntas generales sobre sus necesidades de interpretación, con especial atención a algunas modalidades y a la interpretación remota (preguntas 35 a 39). En segundo lugar, se expondrán las respuestas a las preguntas relativas a la interpretación de francés (preguntas 46 a 51), seguidas de las que se refieren a la interpretación de inglés (preguntas 40 a 45) y, por último, a las relativas a la interpretación de portugués (preguntas 52 a 57). El motivo por el que se ha alterado el orden que se empleó en el cuestionario es, al igual que en el bloque anterior, sobre las

necesidades de traducción, que los sujetos reflejaron a lo largo del cuestionario que el francés se emplea en mayor medida.

4.2.5.3.1. Necesidades de interpretación: preguntas generales

En primer lugar, se preguntó por la frecuencia con la que los sujetos de la muestra necesitaban contar con los servicios de un intérprete en el marco de la actividad de la empresa con África (pregunta 35).

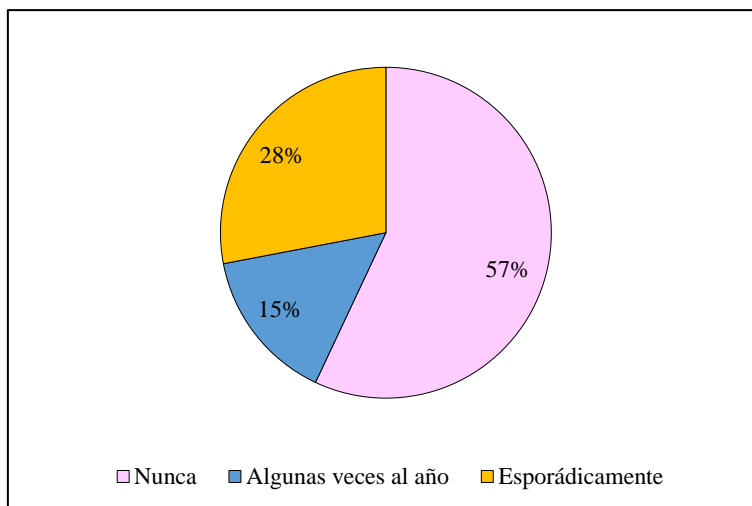


Gráfico 53. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan trabajar con intérpretes para el comercio con África

Se puede observar que menos de la mitad de la muestra, un 43% en total, precisa la labor de intérpretes para su actividad con África. De ese total, el 15% la necesita algunas veces al año y el 28%, esporádicamente. Ninguna empresa seleccionó las opciones «todas las semanas» ni «todos los meses».

A partir de ahora, ya que un 57% de las empresas (35, concretamente) nunca trabaja con intérpretes y, por lo tanto, los sujetos que las representan saltaron a la última pregunta, contamos con una muestra de 26 empresas que respondieron a las demás preguntas de este bloque.

A continuación, se preguntó específicamente por la necesidad de intérpretes en modo simultáneo y consecutivo, lo cual permite deducir que los casos restantes acuden a intérpretes de enlace. Al contar con una población que no pertenece al campo de la traducción y la interpretación, resultaba complejo explicar el concepto de intérprete de enlace en la pregunta.

Cuando se les preguntó si necesitaban recurrir a intérpretes en modo simultáneo para sus relaciones con África (pregunta 36), las respuestas obtenidas fueron las siguientes.

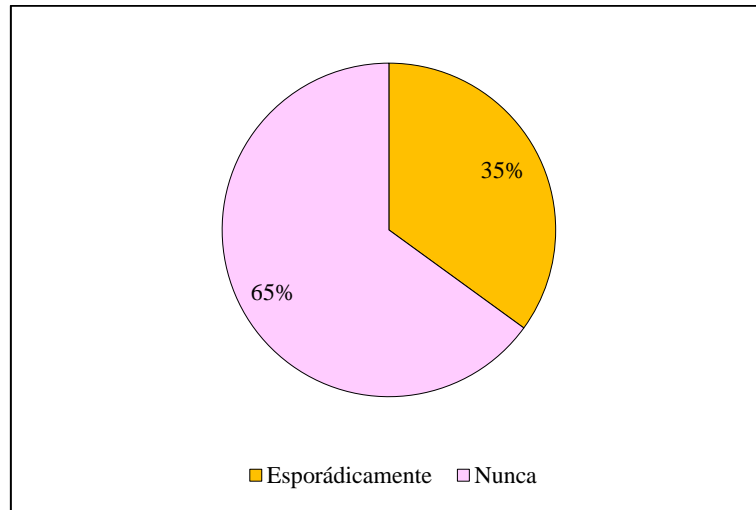


Gráfico 54. Proporción de empresas de la muestra que necesitan trabajar con intérpretes en modo simultáneo para el comercio con África

De las 26 empresas que precisan trabajar con intérpretes, un 35 especificó que necesita trabajar con intérpretes en modo simultáneo y un 65% respondió que nunca necesita trabajar en esta modalidad.

A continuación, se les preguntó si necesitaban contar con intérpretes en modo consecutivo (pregunta 37), lo cual permitió obtener las respuestas que se representan en el gráfico 55.

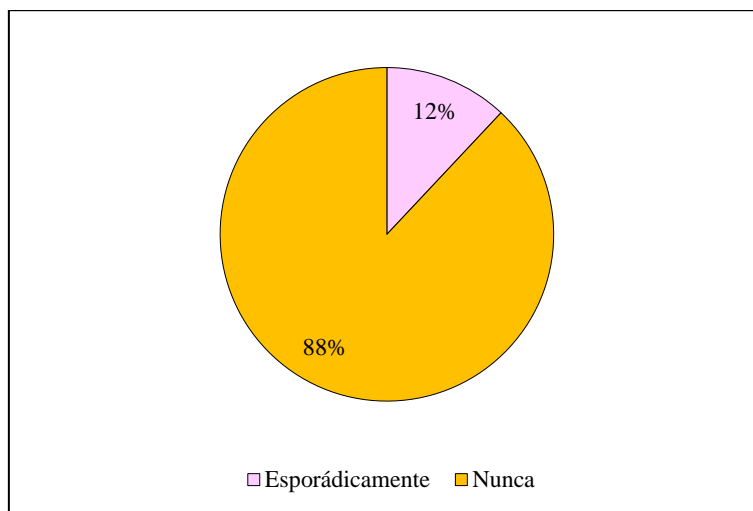


Gráfico 55. Proporción de empresas de la muestra que necesitan trabajar con intérpretes en modo consecutivo para el comercio con África

La proporción de empresas que precisan trabajar con intérpretes en modo consecutivo es de un 12% y lo hacen esporádicamente. El resto, 88%, nunca necesita trabajar en esta modalidad.

Posteriormente se preguntó a los sujetos de la muestra si necesitaban contar con intérpretes en situaciones no presenciales, como una conversación telefónica o una videollamada, en el marco de su actividad con África (pregunta 38).

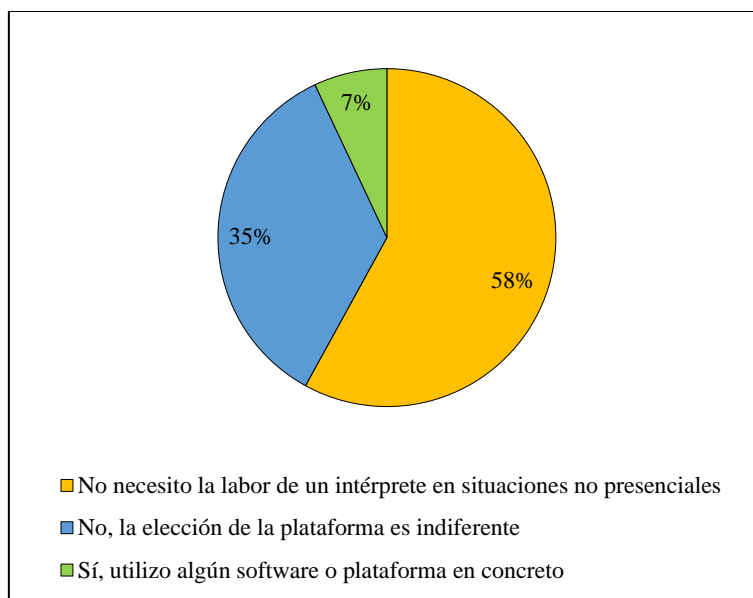


Gráfico 56. Proporción de empresas de la muestra que necesitan trabajar con intérpretes en situaciones no presenciales para el comercio con África

Se puede observar que la mayoría de las empresas (58%) no necesita trabajar con intérpretes en situaciones no presenciales y que la mayoría de las que lo hace, no precisa trabajar con ningún *software* o plataforma concreta (35%). El 7% que sí lo requiere (2 empresas), especificó en la siguiente pregunta (pregunta 39) que emplean Zoom.

De forma general, se ha podido observar que, si sumamos el porcentaje de sujetos que utiliza algún *software* o plataforma en concreto y el de aquellos para los que la elección de la plataforma es indiferente, existe una proporción considerable (más del 40%) que requiere de profesionales de interpretación en situaciones no presenciales.

A continuación, se formularon las mismas preguntas concretas con referencia a cada lengua de trabajo, como la frecuencia con la que necesitan trabajar en cada lengua, la forma de cubrir los servicios, las direcciones a las que interpretan los profesionales y las situaciones comunicativas en las que los requieren, teniendo en cuenta que el total de empresas que puede responder a dichas preguntas, tras restar los que seleccionaron la

opción «nunca» en la pregunta 35, es de 26. Como se mencionó anteriormente, se presentarán, en primer lugar, las respuestas relativas a las preguntas sobre las necesidades de interpretación de francés, en segundo lugar, aquellas sobre las necesidades de interpretación de inglés y, por último, las que se refieren a las necesidades de interpretación de portugués.

4.2.5.3.2. Necesidades de interpretación de francés

La primera pregunta, sobre la frecuencia con la que las empresas colaboradoras en este estudio necesitan contar con los servicios de un intérprete de francés para sus relaciones comerciales con África (pregunta 46), permitió obtener las respuestas que se presentan en el siguiente gráfico.

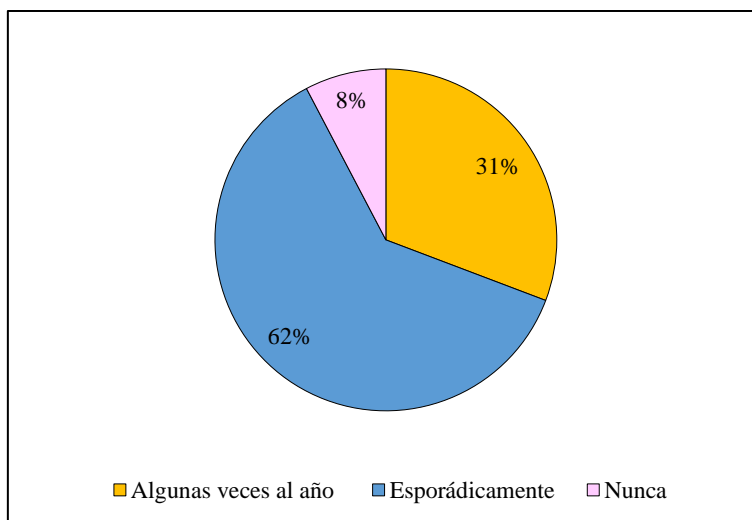


Gráfico 57. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan contar con la labor de un intérprete de francés para su actividad con África

El gráfico refleja que, de las 26 empresas que trabajan con intérpretes para su actividad con África, un 93% (24 empresas) necesita que dichos profesionales sean intérpretes de francés, ya que solo un 8% seleccionó la opción «nunca». La mayoría, 62% de las empresas, acude a dichos profesionales esporádicamente y 31% de ellas lo hace algunas veces al año.

Al preguntarles por la forma de cubrir dichos servicios (pregunta 47), los 24 sujetos que necesitan contar con estos profesionales dieron las respuestas que se muestran en el gráfico 58, a continuación.

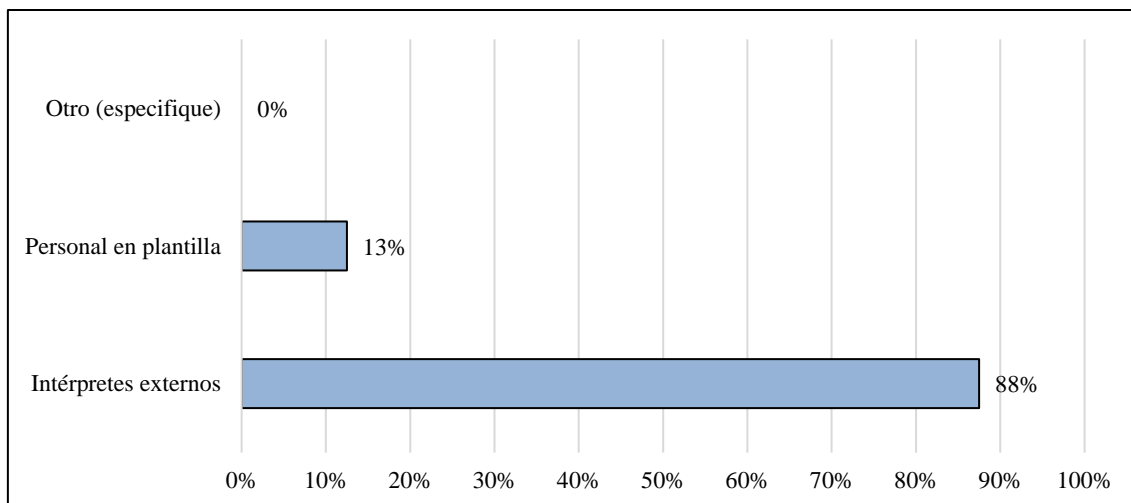


Gráfico 58. Forma de cubrir los servicios de interpretación de francés para el comercio con África

El 88% de las empresas (21 empresas) acude a intérpretes externos y solo un 13% (tres empresas), a personal en plantilla para cubrir sus necesidades de interpretación de francés para el comercio con África.

A las empresas que acuden a intérpretes externos se les preguntó también si recurren a intérpretes locales (africanos) o si contratan intérpretes canarios o de otros lugares (pregunta 48), cuyas respuestas se reflejan en el gráfico 59.

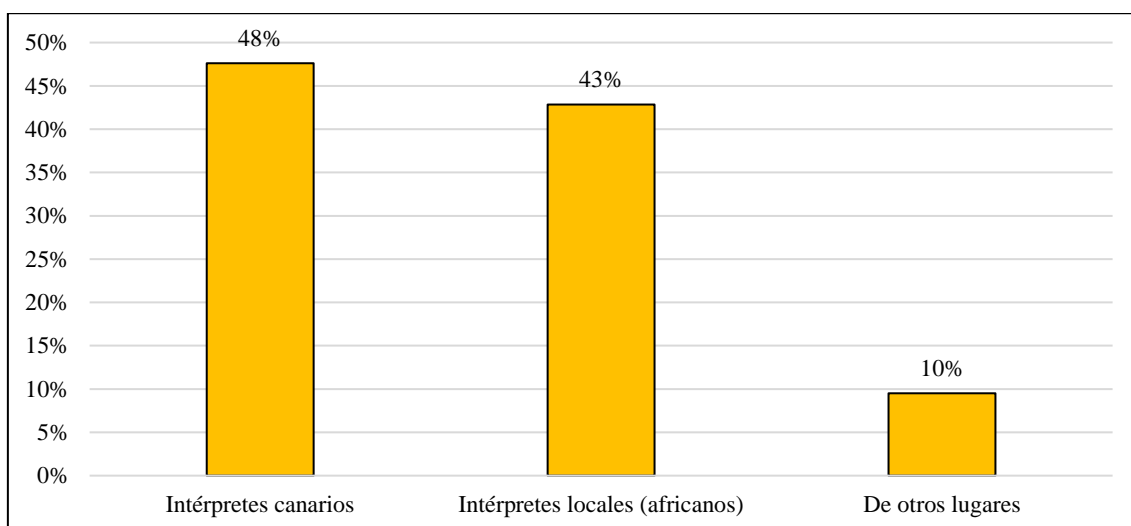


Gráfico 59. Origen de los intérpretes de francés a los que acuden las empresas que contratan intérpretes externos para su actividad con África

De las 21 empresas que recurren a intérpretes externos, un 48% contrata intérpretes canarios, un 43% acude a intérpretes locales (africanos) y un 10% acude a intérpretes de otros lugares, sobre los que se preguntó en la siguiente pregunta.

Se puede observar que las cifras de los que contratan intérpretes canarios y los que contratan intérpretes locales son muy similares. Los dos sujetos (10%) que respondieron «de otros lugares» puntualizaron en la pregunta 49 lo siguiente:

- Cuando el evento lo organizan terceros, los intérpretes suelen proceder de Bélgica ya que se trata de licitaciones internacionales.
- Acudo a ambos: cuando la reunión tiene lugar en Canarias, acudo a intérpretes canarios, y cuando tiene lugar en algún país africano, acudo a intérpretes locales.

En el primer caso, se puede afirmar que no se relaciona directamente con la gestión de la empresa canaria con respecto a su actividad con África, sino a la gestión que hacen quienes ofrecen las licitaciones en la que los empresarios canarios participan. En el segundo caso, sí se puede asociar a la gestión de la empresa con respecto a su actividad con África y sí se considera la respuesta.

Para adentrarnos en la direccionalidad con la que trabajan los intérpretes de francés en estas situaciones, se formuló la pregunta 50, en la que se pedía que indicaran si los intérpretes trabajan solo del francés al español, solo del español al francés o en ambas direcciones, lo cual permitiría conocer si los sujetos de la muestra necesitan trabajar con intérpretes de enlace para el comercio con África, es decir, con intérpretes que trabajen hacia las dos lenguas implicadas en la situación concreta.

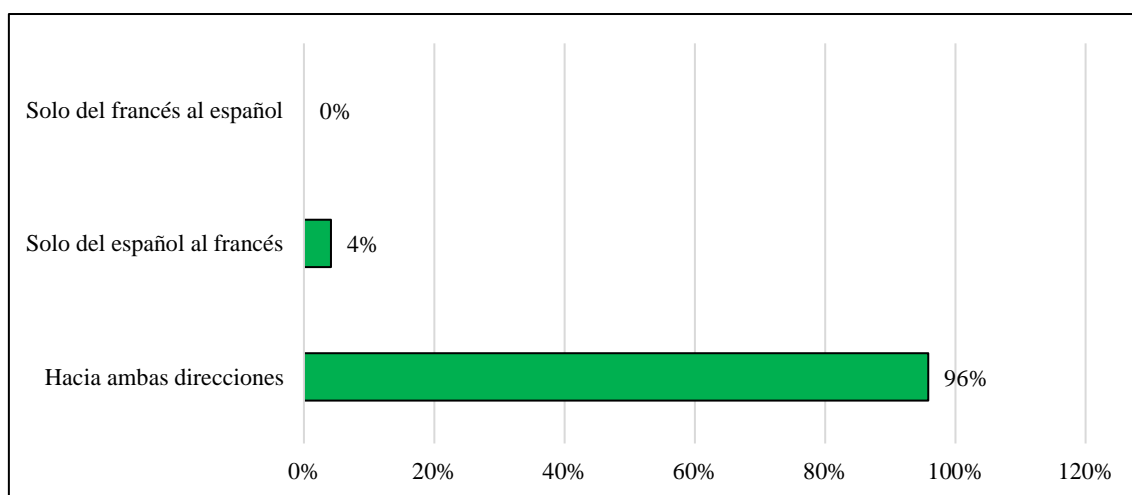


Gráfico 60. Direcciones hacia las que trabajan los intérpretes de francés para el comercio con África

En este caso, la gran mayoría de los sujetos de la muestra, un 96%, afirma que precisa la labor de los intérpretes tanto hacia el francés como hacia el español; y solo un 4% lo precisa únicamente del español hacia el francés.

A continuación, para cerrar la serie de preguntas sobre las necesidades de interpretación de francés, se les preguntó en qué situaciones requieren los servicios de intérpretes de esta lengua (pregunta 51), cuyas respuestas se representan en el gráfico 61.

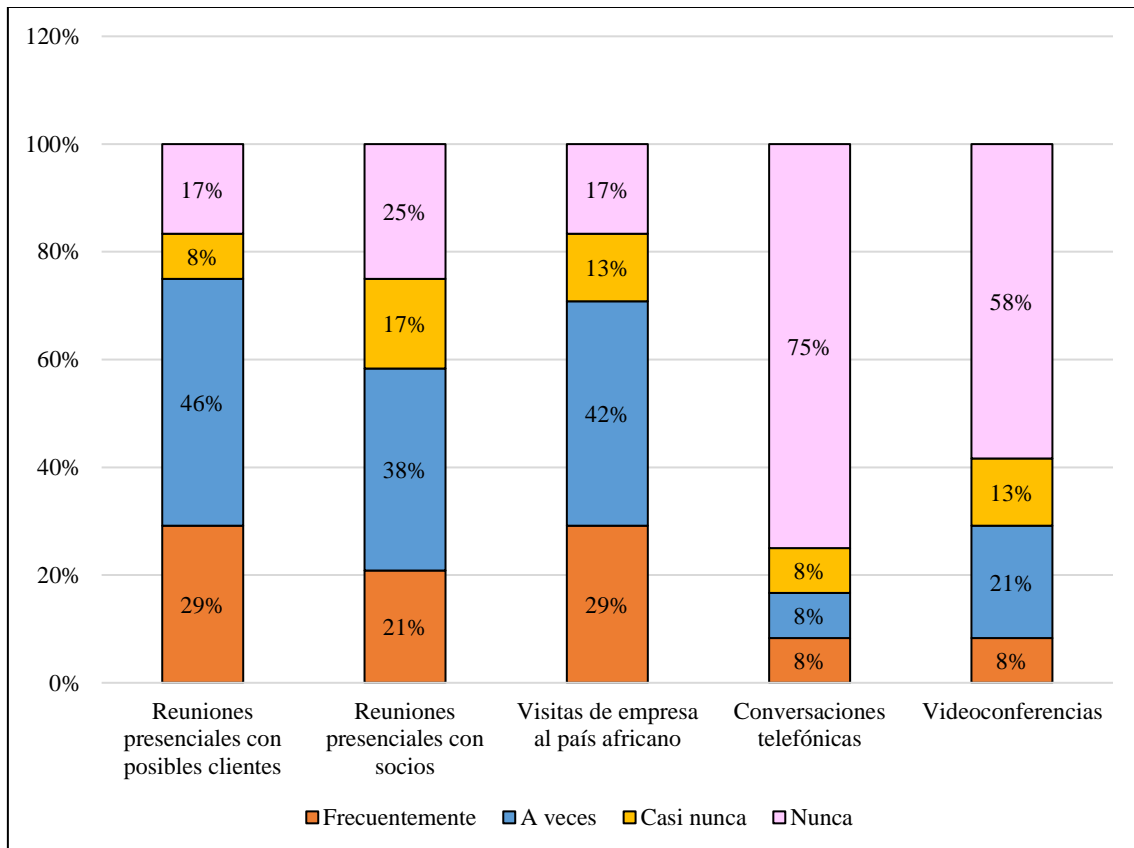


Gráfico 61. Situaciones en las que se precisa la labor de un intérprete de francés para el comercio con África

Otra situación (especifique cuál y con qué frecuencia):

- En formaciones a alumnos africanos francófonos (a veces: 4%)
- En jornadas a las que vienen personas africanas a Canarias (a veces: 8%, casi nunca: 4%)
- En el ámbito jurídico (casi nunca: 4%)
- En encuentros de empresarios de distintas nacionalidades (casi nunca: 4%)

A pesar de que en la pregunta 46 ningún sujeto seleccionara la opción «todas las semanas» ni «todos los meses», sino «algunas veces al año» y «esporádicamente», dentro de ese

nivel de asiduidad, la pregunta 51, representada en el gráfico 61, ha permitido medir qué situación se da con más frecuencia. Como se puede comprobar, existe una misma proporción de empresas que seleccionó la opción «frecuentemente» en dos situaciones diferentes (reuniones presenciales con posibles clientes y visitas de empresa al país africano), por lo que el valor que determinará cuál es la situación que se da con más frecuencia es el de «a veces», que, en este caso, indica que la situación en la que se requiere la labor de intérpretes de francés con mayor frecuencia es en reuniones presenciales con posibles clientes, seguida de las visitas de empresa al país africano y de las reuniones presenciales con socios, en tercer lugar. En las situaciones no presenciales, se requiere la labor de intérpretes de francés con más frecuencia en el caso de las videoconferencias que de las conversaciones telefónicas.

Por último, los sujetos que especificaron otras situaciones en las que requieren la labor de estos profesionales en la combinación lingüística que se está tratando, han mostrado que también existe una demanda de intérpretes de francés, sobre todo, en jornadas celebradas en Canarias a las que asisten personas africanas, seguido de las formaciones de alumnos africanos francófonos y, por último, de las situaciones que ocurren en el ámbito jurídico y de los encuentros de empresarios de diferentes nacionalidades.

A modo de resumen, se han podido averiguar los siguientes aspectos sobre las necesidades de interpretación de francés:

- De las 26 empresas de la muestra que necesitan contar con la labor de intérpretes, 24 requieren que estos servicios sean concretamente de intérpretes de francés, lo que supone, de acuerdo con la muestra total del estudio, casi un 40% de los colaboradores en la investigación, aunque la mayoría lo haga de forma esporádica.
- En su mayoría, las empresas cubren los servicios con intérpretes externos tanto canarios como africanos.
- Se requiere que los intérpretes trabajen tanto hacia el francés como hacia el español.
- Las situaciones que predominan son, por orden decreciente, las reuniones presenciales con posibles clientes, las visitas al país africano y las reuniones presenciales con socios.

4.2.5.3.3. Necesidades de interpretación de inglés

A continuación, se presentarán las mismas respuestas relativas a las necesidades de interpretación de inglés de los sujetos de la muestra, cuya primera pregunta permite averiguar la frecuencia con la que las empresas colaboradoras en este estudio necesitan contar con los servicios de un intérprete de inglés para sus relaciones comerciales con África (pregunta 40).

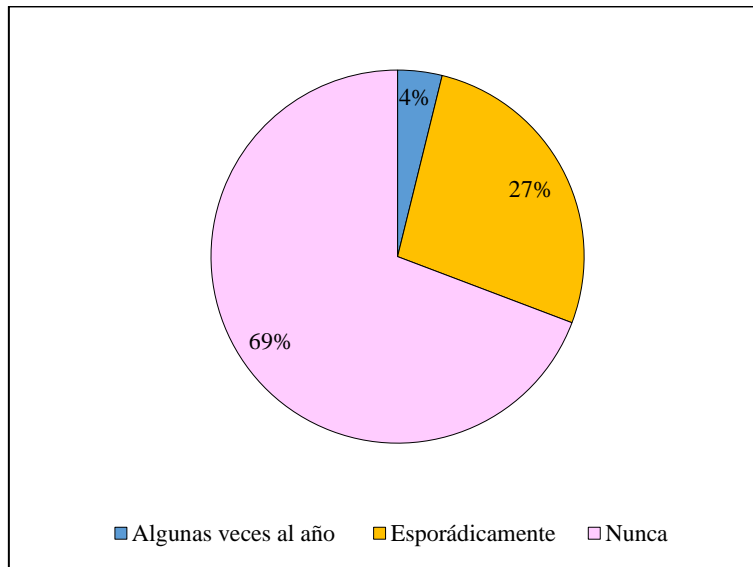


Gráfico 62. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan contar con la labor de un intérprete de inglés para su actividad con África

El gráfico muestra que solo un 31% de las empresas precisa la labor de intérpretes de inglés, de las cuales, únicamente un 4% lo hace algunas veces al año, y un 27%, esporádicamente.

Al preguntarles cómo suelen cubrir estos servicios (pregunta 41), los sujetos que cuentan con intérpretes de inglés para su actividad con África ofrecieron las siguientes respuestas:

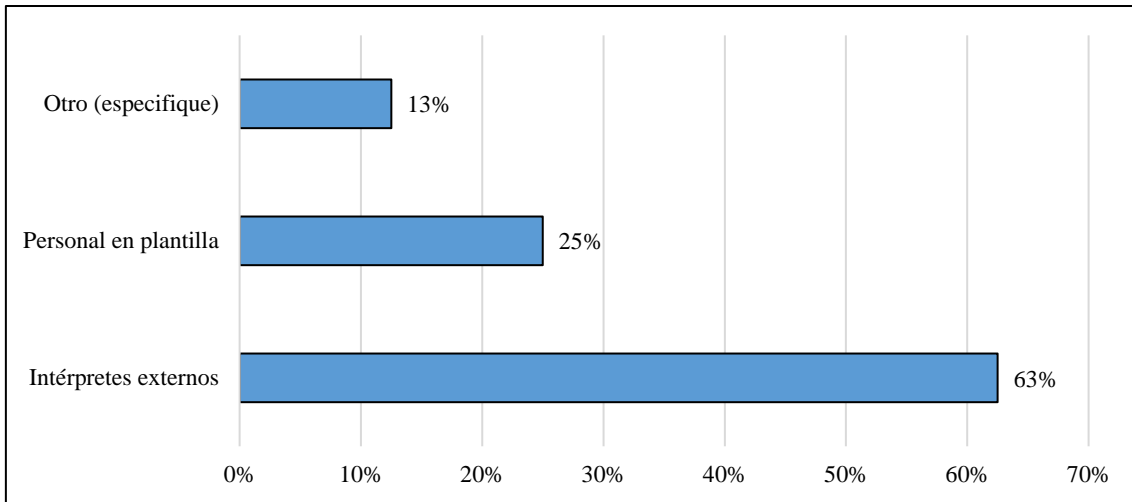


Gráfico 63. Forma de cubrir los servicios de interpretación de inglés para el comercio con África

El 13% que seleccionó la opción «otro (especifique)» señaló que se trata de una combinación de ambos. Es decir, que acude tanto a personal en plantilla como a intérpretes externos para cubrir sus necesidades de interpretación de inglés en el marco de su actividad con África.

La mayoría (63%) acude a intérpretes externos y únicamente un 25%, a personal en plantilla. A quienes acuden a intérpretes externos se les preguntó también si recurren a intérpretes locales (africanos) o si contratan intérpretes canarios o de otros lugares, y las respuestas obtenidas de las empresas, sumando la que acude a ambos tipos de intérpretes, son las siguientes:

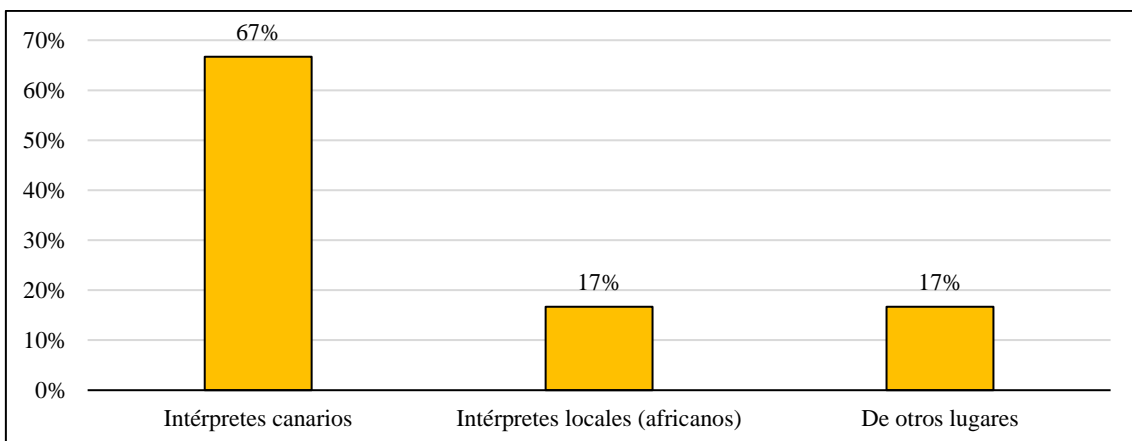


Gráfico 64. Origen de los intérpretes de inglés a los que acuden las empresas de la muestra que cuentan con intérpretes externos para su actividad con África

La mayoría de los sujetos que acuden a intérpretes externos para cubrir sus necesidades de interpretación de inglés contratan intérpretes canarios (67%). Un 17% de las empresas acude a intérpretes locales (africanos) y otro 17% seleccionó la opción «de otros lugares». Las respuestas a la pregunta 43 (¿de qué lugares?) de quienes seleccionaron esa opción desvelan que acuden a un intérprete u otro en función del lugar en el que se vaya a celebrar el acto para el que se requieren los servicios de interpretación.

La pregunta 44, sobre la bidireccionalidad con la que trabajan los intérpretes de inglés en estas situaciones, nos ayuda a averiguar si la modalidad de interpretación que predomina en esta lengua es la de enlace.

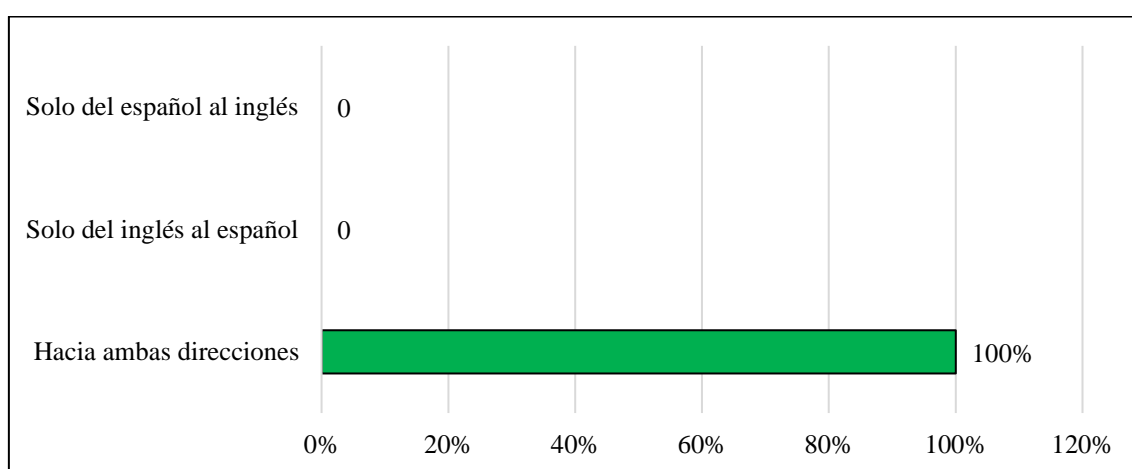


Gráfico 65. Direcciones hacia las que trabajan los intérpretes de inglés para el comercio con África

En este caso, todos los sujetos de la muestra precisan que los intérpretes de inglés trabajen hacia el inglés y hacia el español.

A continuación, se preguntó por las situaciones en las que se requieren los servicios de los intérpretes de inglés (pregunta 45), cuyas respuestas se presentan en el gráfico 66.

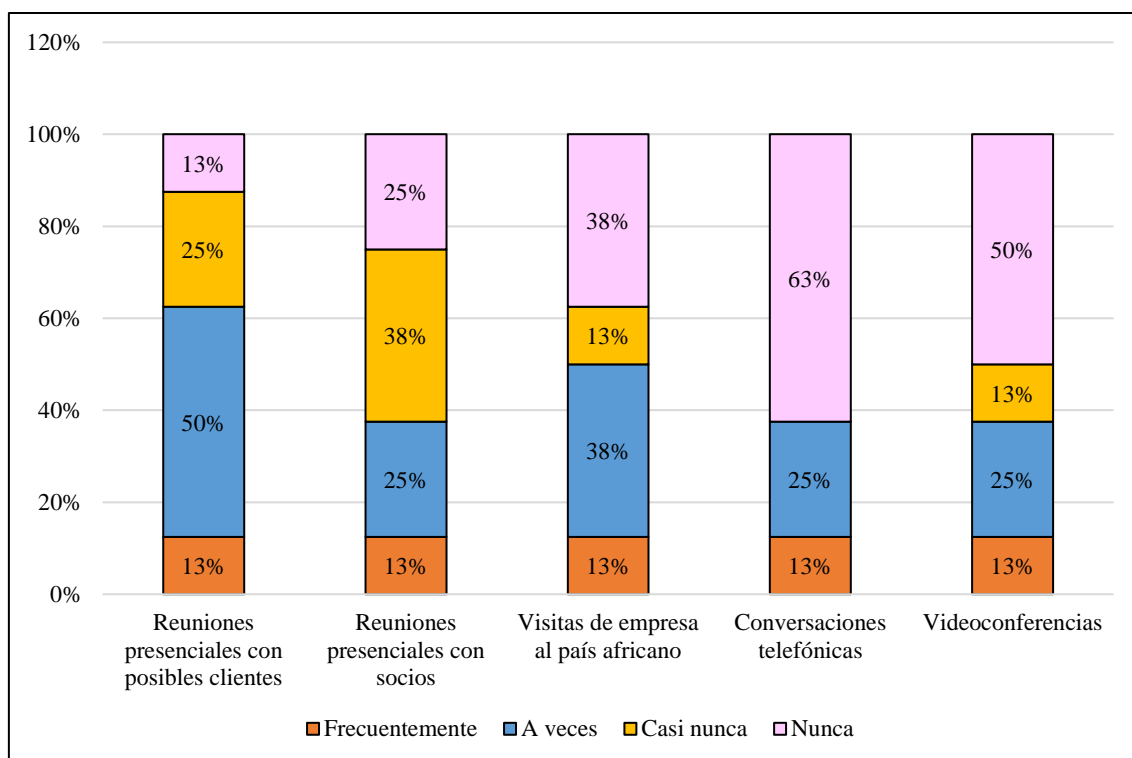


Gráfico 66. Situaciones en las que se precisa la labor de un intérprete de inglés para el comercio con África

Como se puede observar, el valor de «frecuentemente» es el mismo en todas las situaciones en las que los sujetos pueden requerir la labor de un intérprete, por lo que el valor que determinará cuál de ellas se da con más frecuencia será el de «a veces».

La situación que predomina, por tanto, es la de las reuniones presenciales con posibles clientes, seguida de las visitas de empresa al país africano y, en tercer lugar, de las reuniones presenciales con socios.

Se puede observar que, dentro de las situaciones no presenciales que se contemplaron en el estudio, se demanda la labor de los intérpretes de inglés en mayor medida en las videoconferencias que en las conversaciones telefónicas.

Además, los sujetos que seleccionaron la opción «otra» especificaron que necesitan la labor de intérpretes de inglés, por una parte, cuando vienen directivos africanos a Canarias y que lo necesitan «a veces», y, por otra, en encuentros con empresarios de distintas nacionalidades, aunque con una frecuencia menor: «casi nunca».

Las respuestas obtenidas en este bloque sobre las necesidades de interpretación de inglés permiten extraer los siguientes resultados:

- De 26 empresas que necesitan trabajar con intérpretes, un 31% requiere la labor de estos profesionales de inglés, aunque de forma esporádica.
- En su mayoría estos servicios se cubren con intérpretes externos que sean canarios.
- En todos los casos se requiere que dichos profesionales trabajen hacia ambas lenguas (del inglés al español y del español al inglés). Este dato, unido a las situaciones comunicativas en las que más se requiere la labor de intérpretes, indica que la modalidad que predomina es la interpretación de enlace.
- Se puede afirmar que las necesidades de interpretación son mayores en reuniones con posibles clientes que en las demás situaciones, sin menospreciar la importancia que tiene la interpretación también en las visitas de empresa al país africano.

4.2.5.3.4. Necesidades de interpretación de portugués

En este apartado se presentarán los resultados obtenidos de las mismas preguntas relativas a las necesidades de contar con intérpretes de portugués para el comercio con países africanos. La primera pregunta (pregunta 52) permitió conocer la frecuencia con la que las empresas de la muestra requieren de estos servicios.

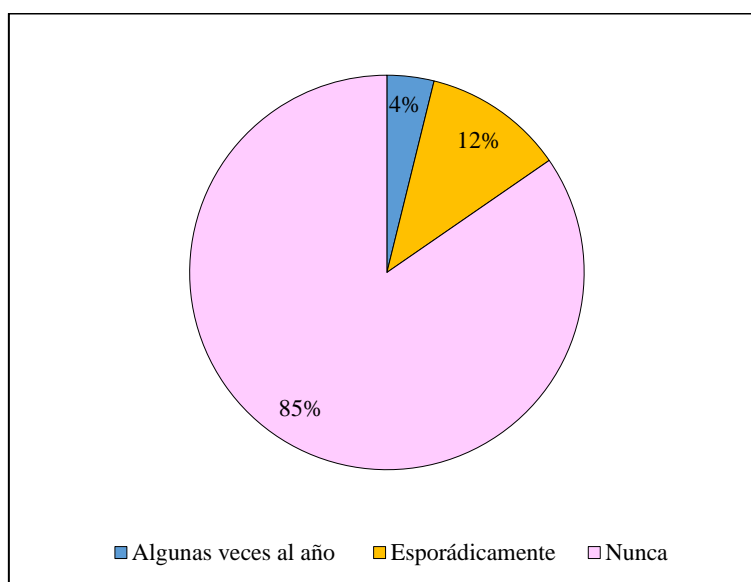


Gráfico 67. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan contar con la labor de un intérprete de portugués para su actividad con África

Como se puede observar, solo un 16% de las empresas que contratan intérpretes precisan de estos profesionales de portugués para su actividad con África, de las cuales únicamente un 4% lo hace algunas veces al año y el 12% restante, esporádicamente.

Al preguntar a dichas empresas por la forma de cubrir estos servicios, se obtuvieron las respuestas que se representan en el gráfico 68.

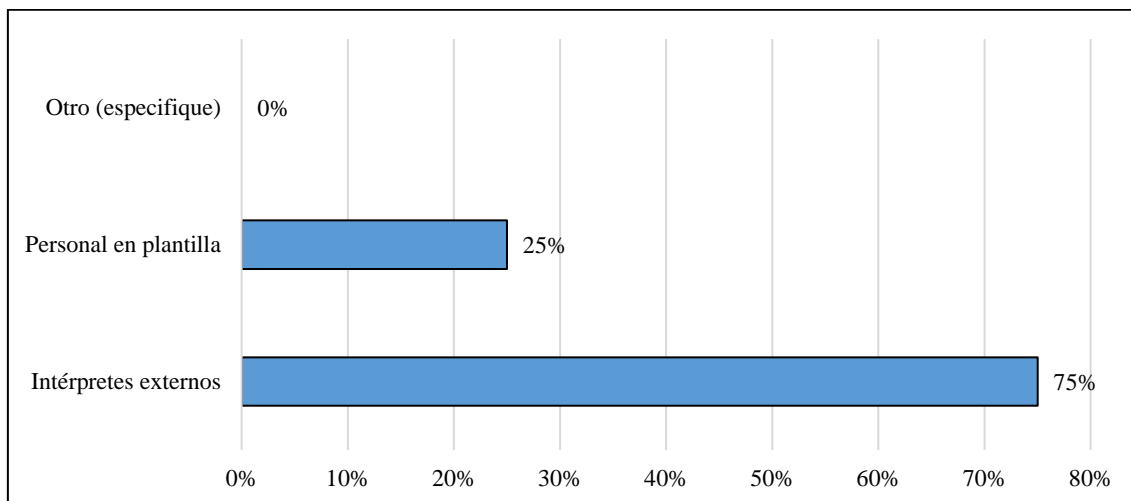


Gráfico 68. Forma de cubrir los servicios de interpretación de portugués para el comercio con África

El 75% de las empresas acude a intérpretes externos para cubrir sus necesidades de interpretación de portugués y un 25%, a personal en plantilla. En este caso, ninguna empresa seleccionó la opción «otro (especifique)».

A quienes acuden a intérpretes externos se les preguntó también (pregunta 54) si recurren a intérpretes locales (africanos) o si contratan intérpretes canarios o de otros lugares.

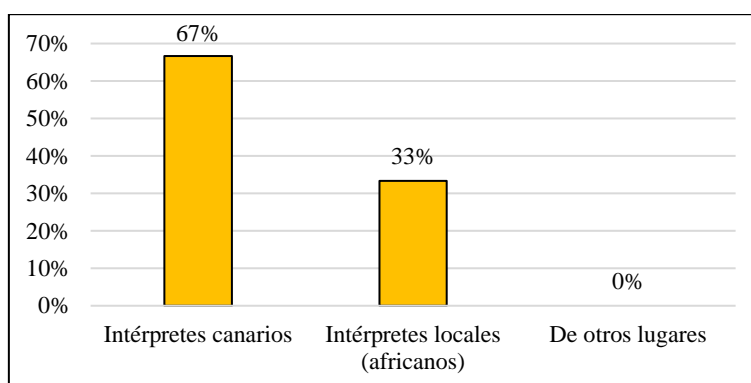


Gráfico 69. Origen de los intérpretes de portugués a los que acuden las empresas que contratan intérpretes externos para su actividad con África

Del 75% de sujetos que acuden a intérpretes externos para cubrir sus necesidades de interpretación de portugués, un 67% contrata intérpretes canarios y un 33% acude a intérpretes locales (africanos). En este caso, ningún sujeto ha seleccionado la respuesta «de otros lugares», por lo que la siguiente pregunta, en la que se les pedía que especificaran de qué lugares se trataba, no ha recabado ninguna respuesta y no se tratará en este apartado.

En cuanto a la direccionalidad en la que trabajan los intérpretes de portugués en estas situaciones, la pregunta 56 permitió recabar las respuestas que se representan en el siguiente gráfico.

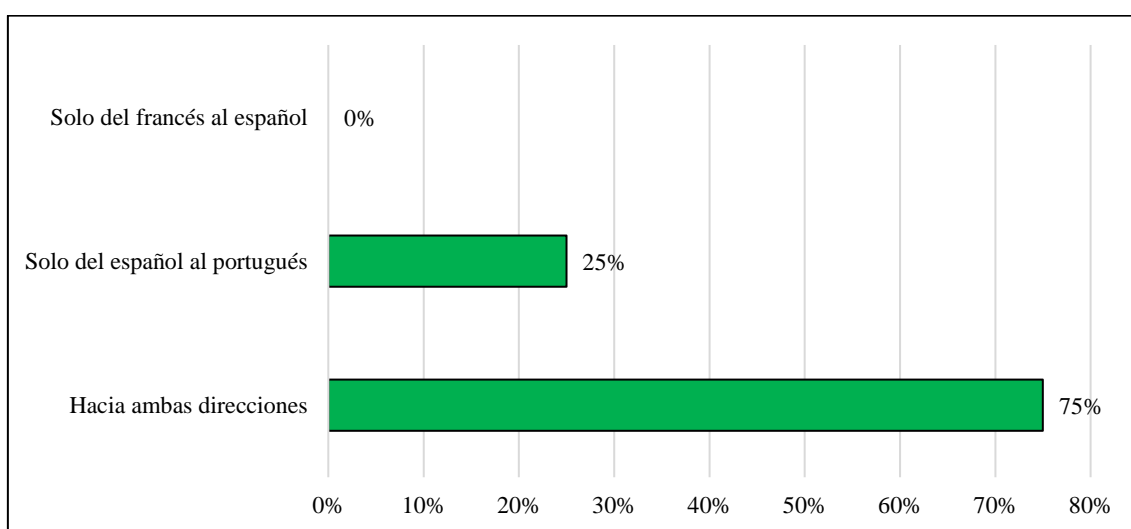


Gráfico 70. Direcciones en las que trabajan los intérpretes de portugués para el comercio con África

Se puede observar que la mayoría, es decir, un 75% de las empresas que precisan la labor de intérpretes de portugués, necesita que los intérpretes trabajen hacia ambas lenguas. Solo un 25% necesita que se trabaje únicamente del español al portugués.

A continuación, en la pregunta 57, se preguntó por las situaciones en las que se requieren los servicios de intérpretes de portugués. En el gráfico siguiente se presentan las respuestas que se obtuvieron.

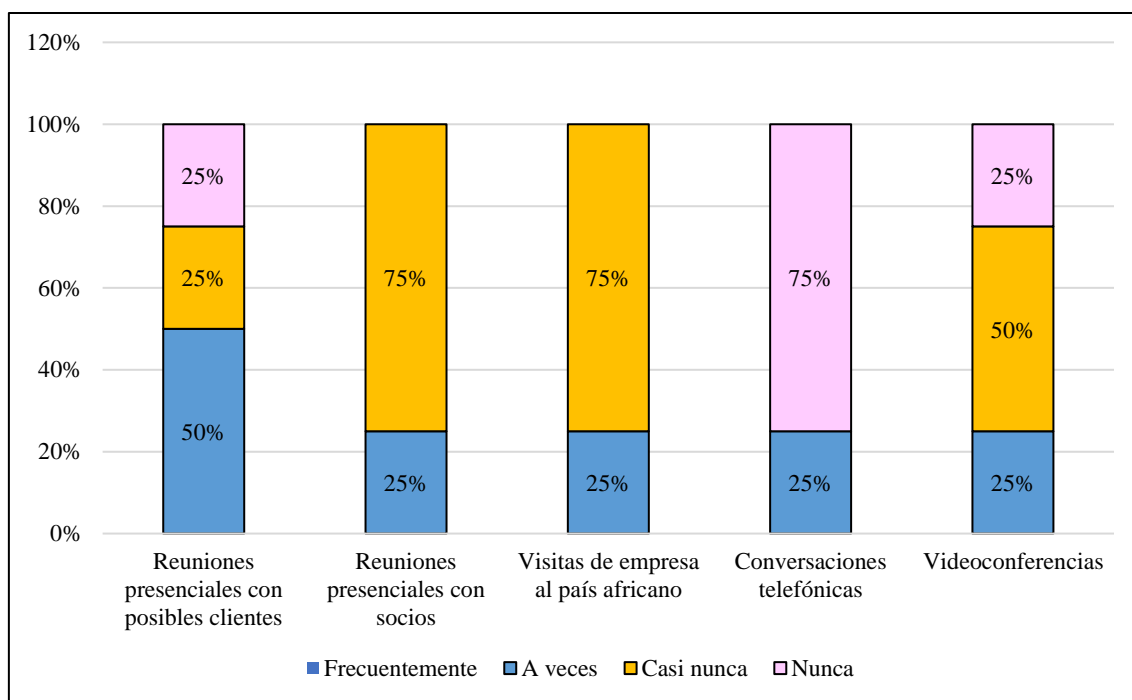


Gráfico 71. Situaciones en las que se precisa la labor de un intérprete de portugués para el comercio con África

En primer lugar, cabe destacar que ninguna empresa seleccionó la opción «frecuentemente» en ninguna de las situaciones que se plantearon en la pregunta. Por ello, la opción «a veces» será la que determinará cuál es la situación en la que se demanda la labor de intérpretes de portugués en mayor medida. Se trata de las reuniones presenciales con posibles clientes. En segundo lugar, hay coincidencia en el número de empresas que requieren la labor de intérpretes de portugués en reuniones presenciales con socios y en visitas de empresa al país africano, por lo que no se puede determinar un orden en función de la frecuencia.

Al igual que ocurría en el caso de la interpretación de inglés y de francés en lo relativo a la interpretación en situaciones no presenciales, se demanda con más frecuencia la labor de intérpretes de portugués en videoconferencias que en conversaciones telefónicas.

Las preguntas sobre las necesidades de interpretación de portugués permiten extraer los siguientes resultados:

- La cantidad de empresas que necesitan los servicios de intérpretes de portugués es bastante reducida ya que solo un 16% de las empresas que contratan intérpretes lo precisan y lo hacen de manera esporádica.

- Estos servicios se cubren en su mayoría con intérpretes externos, fundamentalmente canarios.
- Se requiere que dichos profesionales trabajen en ambas direcciones: hacia el español y hacia el portugués.
- La situación que predomina, al igual que en los casos anteriores, son las reuniones presenciales con posibles clientes.

4.2.5.3.5. Comparación entre las necesidades de interpretación del o al inglés, francés y portugués

Para poder comparar las necesidades de interpretación de las empresas del estudio en función del idioma (inglés, francés y portugués), se tomarán, en primer lugar, los porcentajes relativos a la frecuencia con la que necesitan la labor de dichos profesionales, ya que se trata de preguntas que hacen referencia a una misma población, que es de 26 empresas. Como, dependiendo de la respuesta obtenida, los sujetos tenían que responder las siguientes preguntas o tenían que saltar a la misma pregunta referente a otra lengua, a partir de la siguiente pregunta se hará una comparación que se base en el número exacto de empresas.

En general, se ha podido observar que menos de la mitad de la muestra del estudio (43%) necesita contar con la labor de intérpretes para su actividad con África. Los que lo requieren, lo hacen algunas veces al año (15%) o esporádicamente (28%). Aunque algunos sujetos de la muestra hayan afirmado que necesitan contar con la labor de intérpretes en modo simultáneo (9 empresas) y otros, en modo consecutivo (3 empresas), se ha podido comprobar que, por eliminación, la modalidad predominante en este tipo de actividad comercial es la interpretación de enlace. Además, y posiblemente a causa de la pandemia por COVID-19, 11 de estas empresas precisan que este servicio se preste de forma remota, como puede ser en videoconferencias, forma preferida frente a la comunicación telefónica.

A continuación, se representarán gráficamente los resultados más destacables que se han obtenido en las preguntas que se plantearon a los sujetos del estudio. En primer lugar, se comparará la frecuencia con la que dichos sujetos necesitan contar con la labor de un intérprete de algunas de las lenguas mencionadas para su actividad con países africanos, que es la primera pregunta que se les plantea en cada caso por separado.

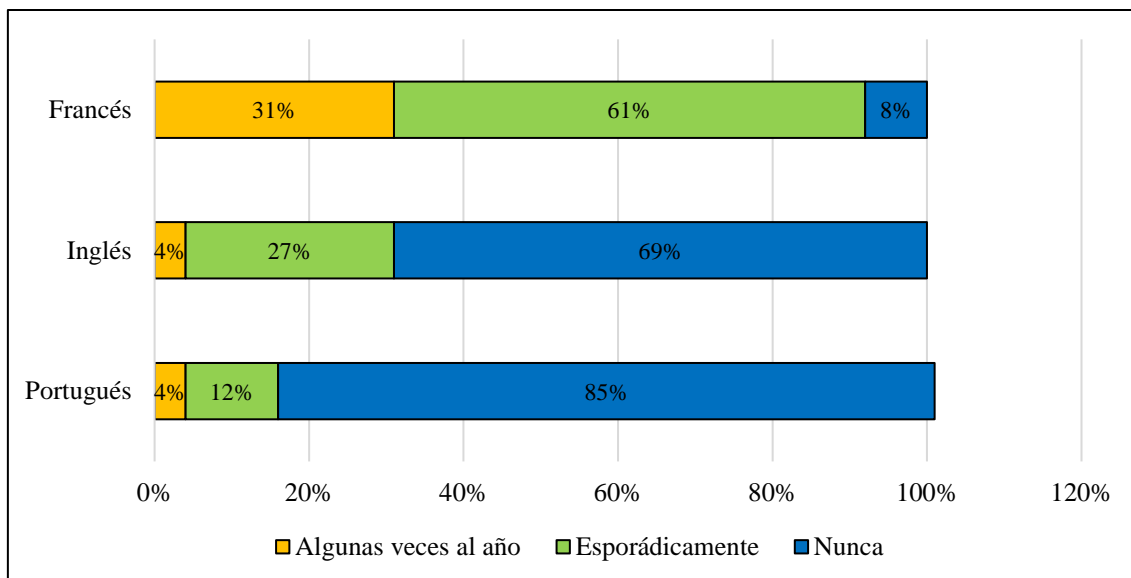


Gráfico 72. Frecuencia con la que las empresas de la muestra necesitan contar con la labor de un intérprete de inglés, francés o portugués para su actividad con África

Es evidente que la muestra del estudio necesita contar con la labor de intérpretes de francés con más frecuencia que de inglés y de portugués. Este resultado no solo se basa en el valor de «nunca» más bajo, sino que se trata de la combinación lingüística en la que se requiere la labor de intérpretes con más frecuencia, a pesar de que lo hagan, sobre todo, esporádicamente. De hecho, la demanda de interpretación de francés es tres veces mayor que la demanda de interpretación de inglés y casi seis veces mayor que la de portugués.

En segundo lugar, se comparará la forma de cubrir estos servicios de interpretación en cada lengua.

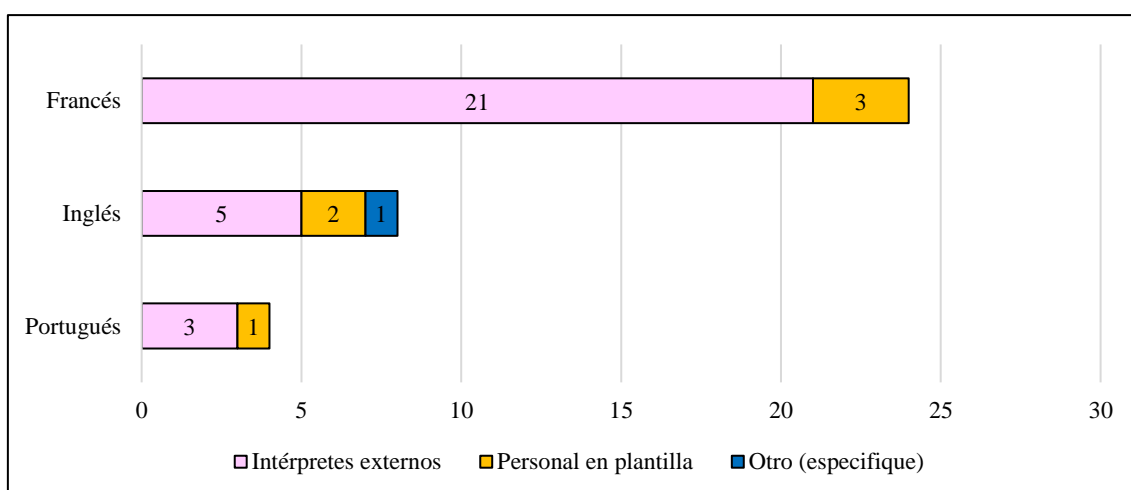


Gráfico 73. Forma de cubrir los servicios de interpretación de inglés, francés y portugués para el comercio con África (en número de empresas)

Mediante esta pregunta se pretendía obtener una imagen de la realidad del mercado de la interpretación en el ámbito del comercio exterior para alcanzar uno de los objetivos principales de la investigación: conocer cuáles son las oportunidades de trabajo de los traductores e intérpretes de Canarias en el marco de esta actividad. Es el mismo objetivo que se persigue con la misma pregunta sobre la forma de cubrir los servicios de traducción de las empresas canarias que operan en África.

Las respuestas obtenidas desvelan que la mayoría de las empresas que cubren los servicios con intérpretes en plantilla son las que necesitan profesionales de la interpretación de inglés, aunque se encuentran en valores equiparables a aquellas que requieren de estos profesionales de francés, que es a quien se acude en mayor medida cuando las empresas contratan intérpretes externos. Por último, las empresas que necesitan intérpretes de portugués, aunque sean minoritarias, también acuden principalmente a traductores externos.

En general, se puede afirmar que en todos los casos se acude en mayor medida a intérpretes externos. Por ello, también se ha indagado sobre la procedencia de dichos intérpretes, es decir, se ha querido conocer si se trata de intérpretes canarios o locales (africanos) para averiguar cuáles son las oportunidades de trabajo de los intérpretes de Canarias en el marco de esta actividad.

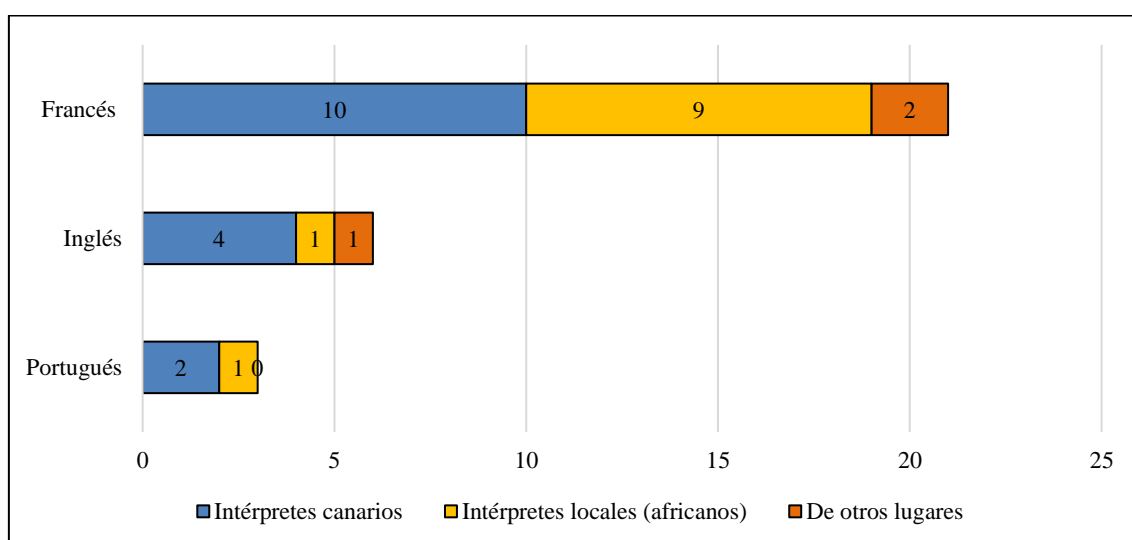


Gráfico 74. Origen de los intérpretes de inglés, francés y portugués a los que acuden las empresas que contratan intérpretes externos para su actividad con África (en número de empresas)

Del gráfico se obtiene que, en general, se acude en mayor medida a intérpretes canarios en todos los casos, aunque dichos profesionales de francés también proceden en gran medida de países africanos. Este hecho implica que existe cierta oportunidad laboral de los intérpretes de Canarias, sobre todo de francés, por ser la lengua que más se demanda en el marco de esta actividad.

A continuación, se comparará la direccionalidad del intérprete en los casos de las tres lenguas contempladas en el estudio.

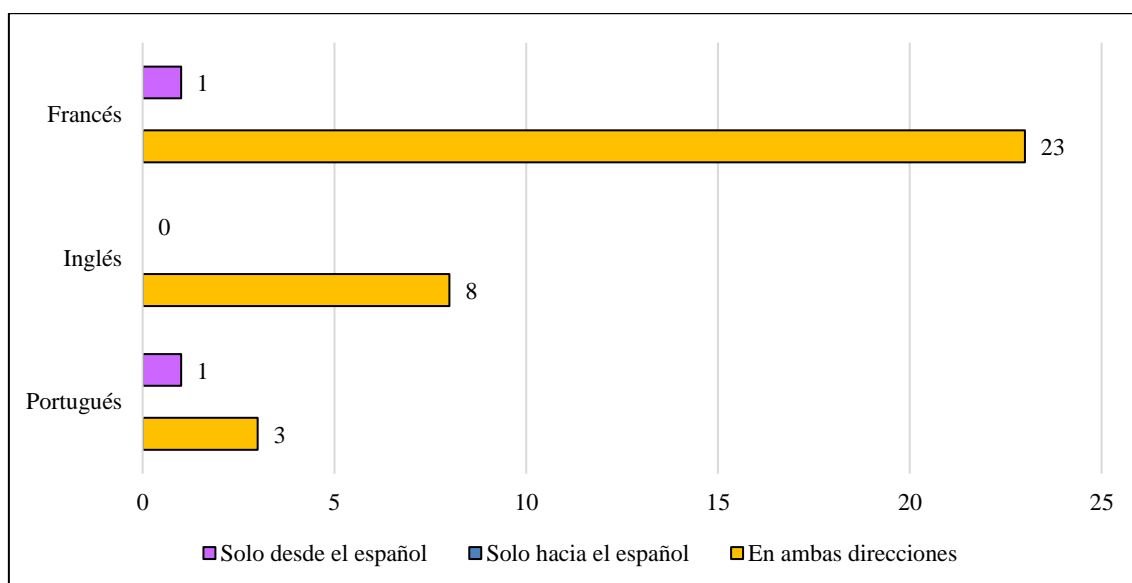


Gráfico 75. Direcciones hacia las que trabajan los intérpretes de inglés, francés y portugués para el comercio con África (en número de empresas)

Como se comentó al principio de este apartado en el que se comparan los resultados relativos al tercer bloque del cuestionario, sobre las necesidades de interpretación en las tres combinaciones lingüísticas, la mayoría de los sujetos necesita que el intérprete trabaje en ambas direcciones: hacia el español y hacia la lengua en cuestión (ya sea inglés, francés o portugués). En el caso de los intérpretes de portugués y de francés, también hay una empresa en cada caso que demanda estos servicios únicamente desde el español. Además, se puede observar que en ningún caso se requiere que la única direccionalidad del intérprete sea desde la lengua extranjera hacia el español.

Por último, se comparará la frecuencia con la que se acude a intérpretes en función de la situación comunicativa.

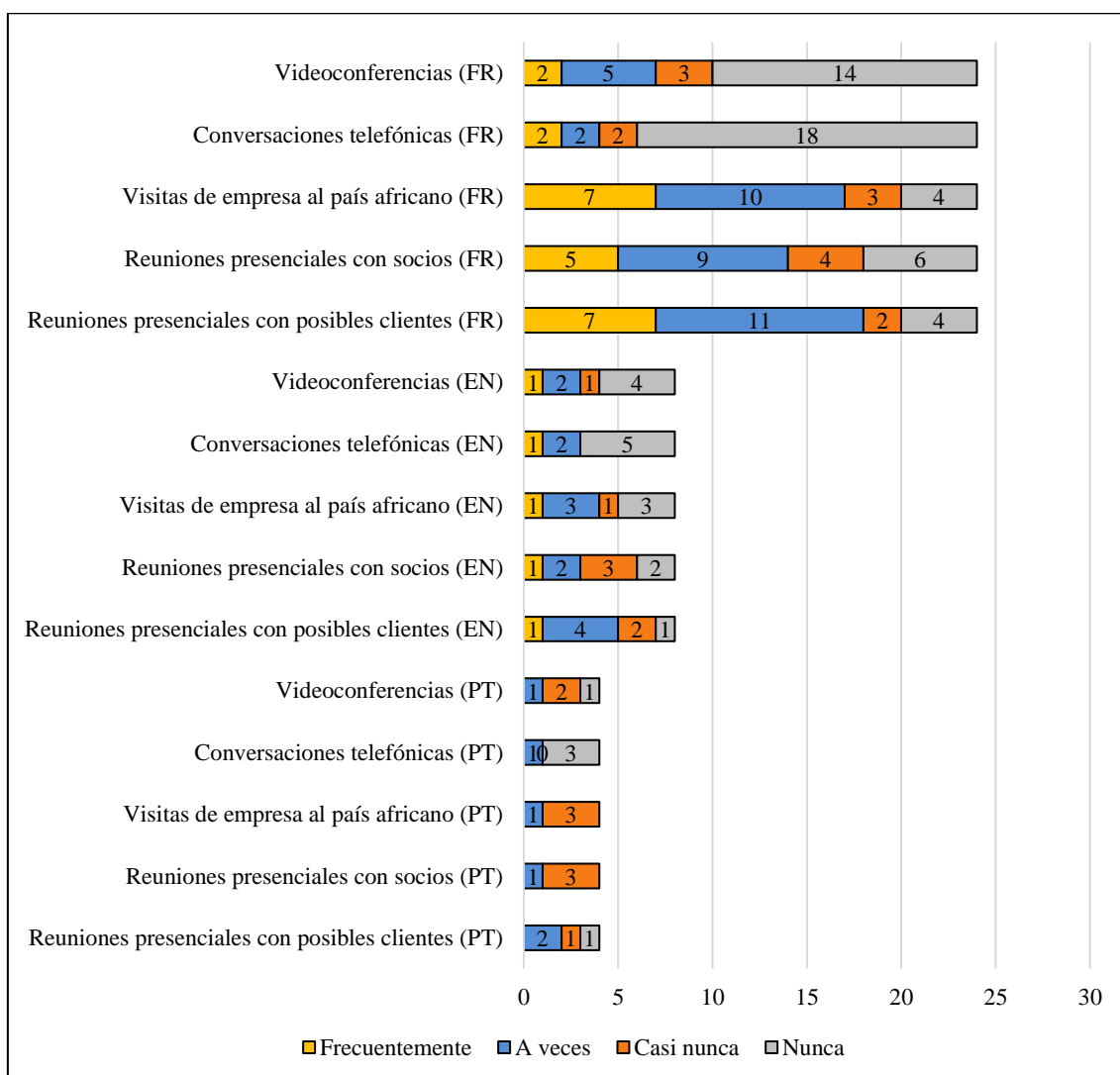


Gráfico 76. Situaciones en las que se precisa la labor de un intérprete de inglés, francés y portugués para el comercio con África (en número de empresas)

Al comparar el nivel de frecuencia con el que los sujetos de la muestra demandan los servicios de interpretación de las lenguas mencionadas, se puede observar aún con más claridad la demanda de intérpretes de francés, que predomina sobre la de portugués e inglés. En general, se puede afirmar que se precisa la labor de intérpretes de dichas lenguas sobre todo en situaciones presenciales, como en reuniones con posibles clientes y en visitas de empresa al país africano. Son las dos situaciones en las que se recurre con más frecuencia a un intérprete tanto de inglés como de francés y de portugués. En todos los casos también se ha podido comprobar que en situaciones no presenciales se acude en mayor medida a intérpretes para videoconferencias que para llamadas telefónicas.

En este tercer bloque, relativo a las necesidades de interpretación, la muestra que ha participado en el estudio ha manifestado que la demanda de profesionales de la interpretación en el marco de la actividad de las islas Canarias con África es esporádica. En términos generales, se puede afirmar que la lengua con la que se necesita trabajar en mayor medida y con más frecuencia a la hora de acudir a intérpretes es el francés y que se acude sobre todo a intérpretes externos, en su mayoría canarios. La gran mayoría requiere que dichos intérpretes trabajen hacia ambas lenguas: desde el español hacia la lengua en cuestión y viceversa, y las situaciones en las que se dan estos casos son, sobre todo, reuniones presenciales con posibles clientes y visitas de empresa al país africano. Es decir, prevalecen las situaciones presenciales ante las no presenciales.

Al igual que se hizo en el bloque anterior, sobre las necesidades de traducción, y como aportación final a este bloque, se cruzaron los datos de los sectores de actividad de las empresas con las necesidades de interpretación. Con ello, se puede vislumbrar en qué actividades se contrata intérpretes en mayor medida para así conocer dónde están las oportunidades laborales de los intérpretes de Canarias en este entorno, así como la temática que se puede trabajar en la formación de intérpretes de las islas.

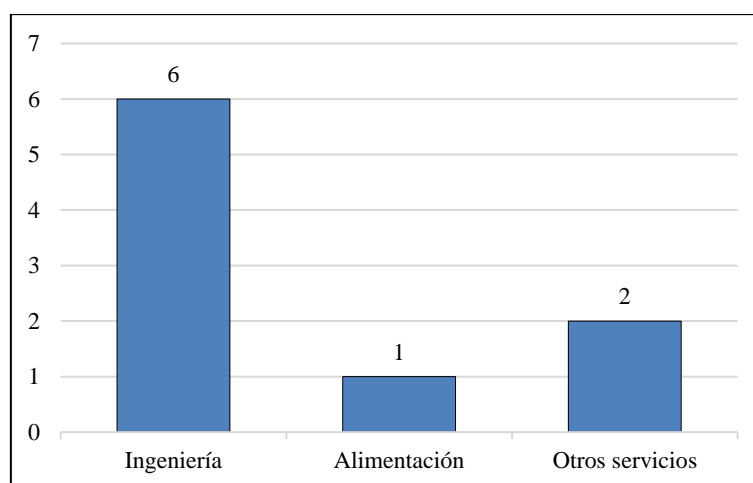


Gráfico 77. Sectores de actividad de las empresas que necesitan acudir a intérpretes con mayor frecuencia para el comercio con África (en número de empresa)

Como se puede apreciar, la mayoría de las empresas que necesitan los servicios de intérpretes con más frecuencia (90%) son empresas que prestan servicios. En estos casos, se trata de empresas de ingeniería principalmente. Las otras dos empresas que prestan servicios son empresas de blindaje arquitectónico y de servicios sanitarios. Por último, las empresas que exportan productos necesitan los servicios de interpretación en menor

medida, como se puede observar. En este caso, solo una empresa, de alimentación, los precisa con cierta frecuencia.

4.2.5.4. Aportaciones finales de los sujetos de la muestra

Por último, en el estudio se contempló añadir una última pregunta acerca de otros comentarios o anotaciones que quisieran hacer los sujetos con respecto a sus necesidades lingüísticas para el comercio con países africanos (pregunta 58). A dicha pregunta respondieron 13 sujetos, cuyas respuestas se mostrarán a continuación agrupadas por temática:

Respuesta	Número de empresas
Alta dependencia de la traducción jurada	1
También se traducen textos al árabe	5
La empresa no gestiona directamente los documentos de transporte	5
El contacto en destino es una persona de habla hispana, por lo que el personal de la empresa en Canarias no necesita conocer la lengua del país africano	1
También traducimos textos al chino por la demanda de este idioma en el sector turístico de Mauricio	1

Tabla 38. Otros comentarios y anotaciones de las empresas colaboradoras en el estudio (en número de empresas)

La mayoría de quienes aportaron comentarios al finalizar el cuestionario (cinco empresas) apuntan que no gestionan directamente los documentos de transporte, lo que repercute en sus necesidades de traducción, sobre todo, al tratarse de empresas que exportan productos al continente vecino. Otras cinco empresas coinciden también en que necesitan traducir documentos al árabe.

Además, se pueden observar otros comentarios con respecto a la traducción jurada, a la traducción de textos al chino debido al turismo de Mauricio y a la escasa necesidad de traducción e interpretación por tener a una persona de contacto en el continente africano que es de habla hispana.

5. DISCUSIÓN

En primer lugar, resulta apropiado comentar la relación que existe entre las características de las empresas canarias que operan en África, que se pudieron extraer de la información disponible en las bases de datos del portal AFRICAinfomarket y de PROEXCA, así como del primer bloque de preguntas del cuestionario.

Las respuestas aportadas por los sujetos de la muestra reflejaron que las empresas canarias que exportan productos o prestan servicios a países africanos son empresas de tamaño reducido, con menos de 50 empleados. Si se comparan estos datos con la información disponible en el directorio de PROEXCA, se puede ver que existe coincidencia ya que en el portal figuraba que casi un 70% de las empresas registradas tenían menos de 50 empleados.

Además, tanto en los resultados obtenidos gracias al cuestionario llevado a cabo como en la información que se recoge en la base de datos de AFRICAinfomarket, se ha podido conocer que los principales destinos africanos de los productos o servicios de las empresas canarias son Marruecos, Senegal, Cabo Verde y Mauritania, que son cuatro de los principales destinos que recoge la información estadística de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, presentada en epígrafes anteriores. Además, dichos destinos son también los países en los que se han instalado físicamente aquellas empresas del estudio que tienen un local o una oficina en el continente africano, que supone un 30% de la muestra.

Los datos extraídos del estudio también reflejaron de forma general cierta periodicidad en su actividad con África ya que la mayoría de las empresas de la muestra hacen envíos o prestan servicios a países africanos una vez al mes.

Por otra parte, de acuerdo con lo que exponía Fanjul Martín (2010), para adentrarse en nuevos mercados es necesario hacer frente a la barrera lingüística y cultural. En este caso que nos ocupa, más de un 80% de la muestra tiene generalmente entre uno y dos empleados en la empresa que se dedican a gestionar la actividad con África entre sus funciones, de los cuales un 78% ha afirmado que dichos empleados conocen la lengua del país africano en cuestión y un 20%, que logran comunicarse en otra lengua que funciona como lengua vehicular.

Como se pudo observar en ambos directorios de empresas analizados (AFRICAinfomarket y PROEXCA), la gran mayoría de empresas canarias que operan en mercados africanos son empresas que prestan servicios, un aspecto que se pudo ver reflejado en las respuestas del cuestionario. Se pudo esclarecer, tanto con datos del directorio del portal AFRICAinfomarket como con las respuestas obtenidas, que en torno a un 60% de las empresas prestan servicios y cerca del 40% exporta productos. Además, el portal AFRICAinfomarket reflejaba que el principal servicio que las empresas canarias prestan a países africanos es el de consultoría. Sin embargo, los resultados del cuestionario reflejaron que se trata de servicios de ingeniería y, en segundo lugar, de consultoría. Por su parte, aquellas empresas que exportan productos son, en su mayor proporción, empresas que exportan productos de alimentación.

Como se vio en el apartado 4.2.2., solo 14 empresas de las 61 que participaron en el estudio figuraban en la base de datos de AFRICAinfomarket y 36 de ellas, en el directorio de PROEXCA. Para poder tener los datos acerca de las características de las empresas de manera unificada, resultaba fundamental formular a las empresas estas preguntas. La muestra de este estudio se nutre de cuatro fuentes de información distintas: (1) de la base de datos de AFRICAinfomarket, (2) del directorio de empresas de PROEXCA, (3) de la base de datos de comercio exterior de la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España y (4) de los contactos que facilitaron algunos de los sujetos que cumplimentaron el cuestionario. La variedad de fuentes de información y la falta de conocimiento sobre sus últimas actualizaciones, unidas a la necesidad de tener los mismos datos para el conjunto de la muestra, impulsaron la creación de dicho bloque de preguntas.

En lo que respecta a las lenguas más empleadas por estas empresas a la hora de llevar a cabo su actividad con África, se puede observar que más de la mitad trabaja con el francés, seguido del inglés, del español y, por último, del portugués, un hecho que va en la línea de lo que exponían Gautier Komenan y Jurado Quintana (2016) respecto a la presencia del francés en África a pesar de los procesos de arabización de ciertos países, que han mantenido el francés como lengua vehicular en el ámbito del comercio, de acuerdo con Benítez Fernández (2012).

En cuanto a las necesidades de traducción de las empresas, de acuerdo con Orts Llopis (2016), como se comentó anteriormente, la labor de los traductores en el marco del comercio internacional resulta indispensable y así lo reflejaron las respuestas obtenidas

en el presente estudio. La gran mayoría de los sujetos han respondido que necesitan traducir documentos para el comercio con África, sobre todo del o al francés, seguido del inglés y, por último, del portugués. La mayor proporción de aquellos que necesitan traducir documentos del o al francés, que son los más numerosos, lo hacen algunas veces al año.

De acuerdo con las respuestas relativas a los tipos de documentos que más se traducen, se ha podido ver que destacan la carta o *email* de presentación que, de acuerdo con Socorro Trujillo (2012), constituye un tipo de documento fundamental en las fases de negociación previas a que se generen los documentos mercantiles y a que se cierre el acuerdo comercial. Otros autores, como Fontenay (1996) y López Alonso (2006), destacan su papel en el ámbito empresarial, que incorpora una amplia variedad de situaciones en las que se pueden emitir.

En el estudio destacó también la traducción del informe técnico o certificación, un tipo de documento propio de empresas de servicios, de acuerdo con Gamero Pérez (2001). Se trata de un tipo de documento que se enmarca en la disciplina de la traducción científico-técnica y que tiene una gran relevancia para transmitir el conocimiento a escala universal (Congost Maestre, 1994). En este estudio se ve reflejado en el hecho de que la mayoría de las empresas colaboradoras en este estudio son empresas de servicios que prestan su labor a países africanos.

El tercer documento que más se traduce, de acuerdo con los resultados obtenidos, es la factura, un documento que intercambian compradores y vendedores en las transacciones comerciales (Socorro Trujillo, 2008).

Por otra parte, el estudio piloto llevado a cabo con anterioridad mostró que el folleto publicitario era uno de los documentos que más se traducía en el marco del comercio entre Canarias y África, pero los resultados obtenidos en el cuestionario más amplio, en el que se hacía especial hincapié en la frecuencia en la que los sujetos necesitan traducir cada tipo de documento mencionado, han mostrado que, si bien se trata de un documento que se traduce en el marco de la actividad en cuestión, no se traduce con tanta asiduidad, hipotéticamente, porque no se emite con tanta frecuencia como un correo de presentación o un informe técnico. A pesar de ello, es un documento de promoción empresarial a escala internacional, de acuerdo con Zhang (2016), que también ha recibido mención en el estudio. Lo mismo ocurrió con el anuncio, que tuvo protagonismo en el estudio piloto,

pero que en este estudio no destacó frente a otros tipos de documentos que las empresas necesitan traducir con más asiduidad.

Con respecto a los documentos de transporte, resulta necesario volver a mencionar que son documentos que solo se emiten cuando se lleva a cabo una exportación de un producto físico o cuando una empresa de servicios necesita enviar material o maquinaria para trabajar con ella en el país de destino. Por las características de la muestra, que se nutre fundamentalmente de empresas que prestan servicios, estos tipos de documentos se encuentran en un segundo plano con respecto a los mencionados anteriormente. A pesar de ello, cabe destacar el protagonismo que los resultados han atribuido a la *packing list* y al conocimiento de embarque marítimo.

La *packing list*, de acuerdo con Socorro Trujillo (2008) y Solano Sánchez (2014), describe fundamentalmente la mercancía que se envía. Por su parte, el conocimiento de embarque marítimo tiene un gran peso en la transacción comercial y «es la materialización del contrato de transporte, que no se concibe sin la emisión de este documento» (Guillot Farnós, 2015:139). De acuerdo con Guillot Farnós (2015), la muestra también ha reflejado que su traducción al inglés tiene gran protagonismo.

Por último, en lo relativo a la traducción de documentos en el marco de la actividad entre Canarias y África, la muestra del estudio ha expresado que los documentos financieros no se suelen traducir en gran medida. El documento que ha destacado en estos casos ha sido la garantía o aval bancario.

En cuanto a las necesidades de interpretación, los resultados han reflejado que, a pesar de que se emplee la interpretación simultánea y consecutiva en algunos casos, el mayor peso en el contexto que nos ocupa es la interpretación de enlace, que Jiménez Ivars (1999) relacionaba a los procesos de negociaciones y Ruiz Mezcua (2018), entre otros, al ámbito empresarial sobre todo al expandir la empresa hacia el exterior. Mientras Darías Marrero (2017) afirma que la modalidad de interpretación que más se emplea en los eventos que se celebran en Canarias relacionados con asuntos del continente africano es la interpretación simultánea, este estudio ha permitido conocer que la interpretación de enlace es la que predomina en el curso de las negociaciones concretas entre dos partes implicadas en las transacciones comerciales entre Canarias y África.

Además, un 42% de las empresas que necesitan trabajar con intérpretes para sus relaciones con África reflejó que precisa que la interpretación se lleve a cabo de manera remota, lo que permite, por ejemplo, acudir a aquellas reuniones empresariales que precisen la labor de un intérprete en situaciones en las que las personas implicadas o el intérprete no se encuentran en el mismo lugar, como comentaban Vigier-Moreno y Lázaro Gutiérrez (2019).

Por otra parte, Roney (2001) exponía que, a pesar de que se considere que el inglés es la lengua vehicular por excelencia en el ámbito del comercio internacional, las partes de un acuerdo se sienten más seguras si pueden tomar las decisiones en cuestión en su propia lengua. Así lo han reflejado los sujetos del estudio ya que, entre aquellos que afirmaron que necesitan contar con intérpretes para expandir su actividad hacia mercados africanos, un 92% precisa que sea en francés, es decir, la lengua oficial de la mayoría de los países africanos en los que las empresas colaboradoras tienen actividad.

Dentro de las situaciones comunicativas en las que se requiere la labor de un intérprete, destacan las reuniones presenciales con posibles clientes y, en segundo lugar, las visitas de empresa al país africano. De acuerdo con Alexieva (2014), en estos tipos de situaciones, los intérpretes desempeñan un papel fundamental al adentrarse en una cultura concreta de una de las partes implicadas y debe evitar malentendidos causados por las diferencias culturales.

Asimismo, resulta significativo añadir que la situación para la que se demanda la labor de intérpretes, de acuerdo con las respuestas obtenidas, es en reuniones presenciales con posibles clientes, lo cual supone una primera toma de contacto entre las partes implicadas y que va en la línea de lo que ocurría en el caso de las necesidades de traducción: el documento que más se traduce en este contexto es la carta o *email* de presentación, que también representa una primera toma de contacto entre dichas partes.

Antes de finalizar, cabe destacar que la última pregunta del cuestionario era una pregunta de respuesta libre en la que los sujetos podían hacer comentarios o anotaciones sobre sus necesidades lingüísticas en el marco de su actividad con África. Las respuestas a esta pregunta han reflejado que en torno a un 8% de la muestra también traduce la documentación al árabe, lo que va en la línea de lo que exponía Benítez Fernández (2012) sobre los procesos de arabización de varios países africanos. Además, otro 8% de la muestra reconoció no gestionar directamente los documentos relativos al transporte con

África, lo que podría justificar que, además de que solo un 40% de la muestra exporte productos, la traducción de documentos de transporte no haya tenido tanto protagonismo en el presente estudio. Ciertas empresas también expresaron que necesitan traducir otros documentos como el contrato, la etiqueta de producto o los documentos legales, que no se incluyeron en el cuestionario. Guillot Farnós (2015) destacaba la importancia del contrato en el comercio exterior y, gracias a esta última pregunta se ha podido comprobar su relevancia, ya que un total de nueve empresas (15%) especificó que dicho documento se traduce del o al francés y, en menor medida, al inglés y portugués, a diferencia de los otros tipos de documentos mencionados por Socorro Trujillo (2019), que no fueron incluidos en el cuestionario, y que tampoco fueron mencionados por ninguna empresa.

Rike (2013) también destacaba la importancia de traducir la página web para acceder así a otros mercados, un tipo de elemento que tampoco se incluyó en el cuestionario y que tres empresas mencionaron entre los comentarios que podían aportar al estudio. En comparación con la traducción de otros tipos de documentos no resulta relevante, pero al haber sido mencionadas por los sujetos, procedería incluirlo en futuras investigaciones para explorar su alcance.

Por último, al igual que se esclareció en el cuestionario piloto que se entregó con anterioridad al cuestionario principal de la presente investigación, cabe señalar que se sigue corroborando que las necesidades de traducción son mayores que las de interpretación y que el francés resulta ser la lengua que más se emplea en este contexto.

6. CONCLUSIONES

Una serie de factores han motivado la elaboración de este estudio. Por una parte, se encuentra la barrera lingüística y cultural que separa dos regiones tan próximas, geográficamente hablando, como son Canarias y África. Además, las administraciones públicas de las islas lanzan numerosos incentivos para que las empresas del archipiélago expandan su actividad hacia mercados africanos, lo cual ha hecho que exista un importante número de empresas canarias que exportan productos o prestan servicios dichos países.

Como se ha mencionado, los dos objetivos principales de esta tesis doctoral son conocer las necesidades lingüísticas de las empresas canarias que tienen relaciones comerciales en países africanos y resaltar las oportunidades laborales de los traductores e intérpretes en el marco de comercio exterior entre Canarias y África. Estos objetivos llevaron a diseñar una serie de objetivos secundarios, que consisten en conocer cómo se gestionan las relaciones comerciales entre estas dos zonas geográficas, teniendo en cuenta los países africanos afectados, las lenguas implicadas, las características de las empresas canarias que se internacionalizan a África y su experiencia en esta actividad; así como analizar las necesidades de traducción y de interpretación de quienes se sumergen en este tipo de actividad, tomando como base los textos que más se traducen y las situaciones comunicativas en las que se precisa de intérpretes en mayor medida.

Para dar cumplimiento a los objetivos planteados, se creó un cuestionario que cumplimentó un total de 61 empresas canarias que tienen relaciones comerciales con países del continente africano. Las empresas que trabajan en estos mercados son las que pueden demandar estos servicios en primera persona y son las que pueden ofrecer la información necesaria que se requiere en este estudio. El cuestionario no solo incluye preguntas sobre sus necesidades lingüísticas (de traducción e interpretación, fundamentalmente), sino que también añade preguntas sobre las características de las empresas a partir de las cuales se pueden conocer los principales nichos de mercado de los traductores e intérpretes de las islas.

La primera hipótesis de esta tesis sugiere que los profesionales con formación específica en traducción e interpretación son necesarios en el entorno específico del comercio exterior entre Canarias y África. Con este estudio hemos podido corroborarla. Los primeros apuntes teóricos de este trabajo, así como la información estadística

presentados, han reflejado que las relaciones entre las islas Canarias y los países del continente africano son cada vez más estrechas. Estos datos han dado cuenta de los hitos históricos que han guiado a Canarias hasta lo que es hoy en día en lo que se refiere al comercio. Destacan la función de Canarias como plataforma logística de avituallamiento para los buques que viajaban entre África, América y Europa, la llegada del Régimen Económico Fiscal en 1972, gracias al cual el comercio exterior en Canarias vio su crecimiento, el remarcable puerto internacional de Las Palmas de Gran Canaria, la cercanía con el importante banco sahariano de pesca y la existencia de los aeropuertos de las islas como puntos de escala en la navegación aérea. Gracias a los resultados obtenidos en el cuestionario principal de este estudio, se ha podido vislumbrar el importante papel que desempeñan los traductores e intérpretes. La primera toma de contacto es la que más servicios demanda tanto para traducir documentos, que son fundamentalmente las cartas o correos electrónicos de presentación, como para requerir la labor de un intérprete en reuniones presenciales con posibles clientes. Los datos también reflejaron que hay una mayor demanda de traducción que de interpretación y que los servicios de traducción se cubren generalmente con personal en plantilla. Aunque se acuda a ellos con menos frecuencia, los servicios de interpretación se cubren, principalmente, con intérpretes externos, en mayor medida, canarios.

La segunda hipótesis apuntaba que la lengua vehicular en este entorno es el francés y, por tanto, la que más se emplea cuando las empresas canarias se internacionalizan hacia mercados africanos. Esta hipótesis también se ha podido confirmar gracias a los resultados obtenidos. Tanto en el estudio preliminar como en el estudio central de esta tesis, se ha demostrado que el francés, a pesar de no ser la lengua oficial de muchos países del entorno del archipiélago canario, es la lengua que más se emplea en este sector de actividad. Aunque se considere que el inglés es la lengua franca en el ámbito del comercio internacional, el francés tiene un gran protagonismo en el continente africano, un aspecto que no debe pasar inadvertido cuando se trata de la formación en lenguas extranjeras en los entornos educativos de Canarias, más concretamente, en el que nos atañe aquí, que es el de los estudios universitarios de Traducción e Interpretación, que contemplan el inglés como la primera lengua extranjera de los estudiantes, dejando al francés en un segundo plano en sus planes de estudio.

Por otra parte, el presente estudio ha permitido definir cuáles son las características de las empresas de Canarias que exportan productos o prestan servicios a países africanos. Estas

características, unidas a las necesidades de traducción y de interpretación mencionadas permiten mostrar las oportunidades que tienen los traductores e intérpretes en el mercado del comercio entre estos dos territorios. Los resultados han mostrado que los sectores que requieren servicios de traducción con más frecuencia son los sectores que integran la ingeniería, seguido de la alimentación, y que quienes requieren servicios de interpretación con más frecuencia también son las empresas de ingeniería. En general, las que prestan servicios son las que más trabajan en mercados africanos y, a su vez, las que necesitan traducir documentos y requieren servicios de interpretación. Ya se vio en apartados anteriores que los documentos de transporte se traducen en menor medida que los documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad, que, además, son los que más se traducen del o al francés.

En definitiva, en la presente investigación se ha podido vislumbrar que el francés, a pesar de no ser la lengua franca por excelencia en el ámbito del comercio internacional a nivel global ni la lengua oficial de numerosos países africanos que han optado por llevar a cabo procesos de arabización, es la lengua franca en las relaciones comerciales entre Canarias y África.

Fomentar una formación avanzada en lengua francesa en el entorno universitario, con especial atención a la formación de traductores e intérpretes en dicha lengua, podría derivar en una mayor introducción de estos profesionales en el mercado laboral, sobre todo en el marco de las relaciones comerciales entre Canarias y África. Como se ha apuntado en el presente estudio, el Gobierno de Canarias lanzó una campaña denominada «Habla francés y “Voilà!”» para animar a los canarios a estudiar francés y, de esta manera, alcanzar mayores oportunidades de empleo en lo relacionado con los países africanos que empleen el francés en este tipo de actividad. En esta línea, la Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo del Gobierno de Canarias presentó en enero de 2022 una estrategia para fomentar y estrechar las relaciones entre Canarias y África hasta 2023. Para ello, no solo se busca atraer a empresas de Europa que se instalen en Canarias para operar en África, sino que también se fomenta la atracción de empresas africanas en Canarias para perseguir, en un hilo de cooperación y crecimiento mutuo, los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU (Gobierno de Canarias, 2022).

Iniciativas como las que se acaban de comentar ponen el foco en un tipo de relación entre dos territorios, como son Canarias y África, con una barrera lingüística y cultural que los

separa, pero que cada vez se estrechan más. Por ello y por los resultados obtenidos en el estudio aquí descrito, procedería indicar que la labor de traductores e intérpretes que funcionen como puentes para establecer dichos lazos y alianzas podría resultar necesaria en los próximos años principalmente en lo que a la lengua francesa respecta.

En estudios futuros resultaría útil entrevistar a traductores e intérpretes que trabajen en estos mercados para saber con más detalle el contenido de los documentos o discursos que tienen que traducir o interpretar, así como el nivel de estandarización de los documentos que intervienen en esta actividad. Con ello, se podrá elaborar una propuesta más concreta para la formación de traductores e intérpretes de Canarias, teniendo en cuenta la información que aporten los profesionales. Además, resultaría útil conocer la opinión y percepción de los estudiantes de los distintos grados de Traducción e Interpretación de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria sobre las necesidades de traducción e interpretación en el comercio exterior entre Canarias y África con el fin de ir en la misma línea que la propuesta formativa.

BIBLIOGRAFÍA

- AFRICAinfomarket. (s.f.). *Empresas canarias en África*. Recuperado el 17 de marzo de 2017 de <http://www.africainfomarket.org/africa-y-la-empresa/empresas-canarias-instaladas-en-africa>
- Africa Coast to Europe. (s.f.). *Le cable sous-marin*. Recuperado el 4 de septiembre de 2020 <https://ace-submarinecable.com/le-cable-sous-marin/>
- African Union Commission. (2015). *Agenda 2063. The Africa We Want*. African Union Commission.
- Aguayo Arrabal, N. (2013). El traductor-intérprete en el comercio exterior: ¿realidad o necesidad? *Entreculturas: Revista de Traducción y Comunicación Intercultural*, 5, 57-74.
- Ahrens, B. (2015). Note-taking. En F. Pöchhacker (Ed.), *Routledge Encyclopedia of Interpreting Studies* (pp. 283-286). Routledge.
- Alexieva, B. (2014). A typology of interpreted-mediated events. *The Translator*, 3(2), 153-174.
- Alonso Álvarez, L. (1994). Comercio exterior y formación de capital financiero: el tráfico de negros hispano-cubano. *Anuario de Estudios Americanos*, 51(2), 75-92.
- Alvarado González, G. (2015). *Comercio Internacional*. Grupo Editorial Éxodo
- Álvarez Díaz, C. y Adams, H. (2021). El francés como lengua franca en las relaciones comerciales entre Canarias y África. En T. Barceló Martínez, I. Delgado Pugés y F. García Luque (Eds.), *Tendencias Actuales en Traducción Especializada, Traducción Audiovisual y Accesibilidad* (pp. 93-110). Tirant Lo Blanch.
- Andres, D. (2015). Consecutive interpreting. En F. Pöchhacker (Ed.), *Routledge Encyclopedia of Interpreting Studies* (pp. 84-86). Routledge.

- Andrés González-Moralejo, S. (2008). Estrategias de internacionalización y procesos cooperativos en la industria alimentaria: el caso de la región valenciana española. *Agroalimentaria*, 26, 73-87.
- Andújar-Vaca, A. y Cruz-Martínez, M. (2017). Mensajería instantánea móvil: WhatsApp y su potencial para desarrollar las destrezas orales. *Revista Científica de Educomunicación*, 50, 43-52.
- Asociación Internacional de Intérpretes de Conferencias (AIIC). (1984). Random selection from reports and notes on the Brussels seminar. *AIIC Bulletin*, 12(1), 21.
- Asociación Internacional de Intérpretes de Conferencias (AIIC). (s.f.). *À propos de l'AIIC*. Recuperado el 14 de agosto de 2022 de <https://aiic.org/site/world/about>
- Asociación Internacional de Intérpretes de Conferencias (AIIC). (s.f.). *Glosario de la Interpretación*. Recuperado el 14 de agosto de 2022 de <https://espana.aiic.org/site/es/profesion/definiciones>
- Asociación Internacional de Intérpretes de Conferencias (AIIC). (2019). *AIIC: directrices para la interpretación a distancia (Versión 1.0)*. Recuperado el 12 de diciembre de 2021 de <https://aiic.org/document/4415/20SPA.pdf>
- Astilleros Canarios, S.A. (s.f.). *Reference List*. Recuperado el 2 de septiembre de 2021 de <https://www.astican.es/reference-list/>
- Autoridad Portuaria de Las Palmas. (2018). La ampliación del Dique Reina Sofía Sur. *Boletín informativo Ports News Las Palmas*, 2. Recuperado el 16 de septiembre de 2019 de <https://www.palmasport.es/es/download/port-news-boletin-no-2-pdf/?wpdmdl=4001&refresh=64847c8e516471686404238>
- Autoridad Portuaria de Las Palmas (s.f.). *Tráfico total*. Recuperado el 4 de noviembre de 2021 de <http://195.235.121.46/web/guest/trafico-total>
- Baddeley, A. (2003). Working memory: looking back and looking forward. *Nature Reviews Neuroscience*, 4, 829–839.

- Baigorri-Jalón, J. (2000). *La interpretación de conferencias, el nacimiento de una profesión: de París a Nuremberg*. Comares.
- Baigorri-Jalón, J. (2014). Two centuries of diplomatic interpreting: from top hat to short sleeves diplomacy. *UN Chronicle*, 3(LI). Recuperado el 19 de agosto de 2022 de <http://bit.ly/3XzToee>
- Baigorri-Jalón, J. (2015). The history of the interpreting profession. En H. Mikkelsen y R. Jourdenais (Eds.), *The Routledge Handbook of Interpreting* (pp. 11-28). Routledge.
- Bajo, M.T. y Padilla, P. (2015). Memory. En F. Pöchhacker (Ed.), *Routledge Encyclopedia of Interpreting Studies* (pp. 252-254). Routledge.
- Ballesteros Martín, M. Á. (2013). *El Valor Estratégico de las Islas Canarias*. Documentos de Análisis del Instituto Español de Estudios Estratégicos. Recuperado el 12 de septiembre de 2020 de <https://www.ieee.es/contenido/noticias/2013/02/DIEEEA09-2013.html>
- Barsky, Robert F. (1994) *Constructing a Productive Other: Discourse Theory and the Convention Refugee Hearing*. John Benjamins.
- Benavides, Giovanni F. (2011). Breve introducción al comercio internacional de los servicios. *Revista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano*, 1(1), 18-46.
- Benítez Fernández, M. (2012). Un repaso a la política lingüística del norte de África desde la descolonización. *Anaquel de Estudios Árabes*, 23, 69-81.
- Biber, D. (1989). A typology of English texts. *Linguistics*, 27, 3-43.
- Biel, L. y Sosoni, V. (2017). The translation of economics and the economics of translation. *Perspectives Studies in Translatology*, 25(3), 351-361.
- Borown, R.H. (1989). *Dictionary of Marine Insurance Terms and Clauses*. Witherby.
- Branch, A. E. (1984). *Dictionary of Commercial Terms and Abbreviations*. Witherby & Co Ltd.

- Brosch, C. (2015). On the conceptual history of the term *lingua franca*. *Apples – Journal of Applied Language Studies*, 9(1), 71-85.
- Bühler, K. (1934). *Sprachtheorie*. Fischer.
- Cabildo de Gran Canaria. (2018). *La petición de más ayuda para el Programa Mundial de Alimentos gestionado desde Gran Canaria será votada en el pleno del Cabildo*. Recuperado el 23 de octubre de 2018 de <http://cabildo.grancanaria.com/-/noticia-la-peticion-de-mas-ayuda-para-el-programa-mundial-de-alimentos-gestionado-desde-gran-canaria-sera-votada-en-el-pleno-del-cabildo>
- Cámara de Comercio Internacional. (2020). *Incoterms 2020*. Recuperado el 8 de enero de 2022 de <https://iccwbo.org/publication/incoterms-2020-practical-free-wallchart/>
- Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España. (2023). *Base de datos de comercio exterior*. Recuperado el 21 de mayo de 2023 de <http://aduanas.camaras.org/>
- Cámara Oficial de la Industria de Barcelona. (1960). *El Plan de Estabilización y la Expansión Económica*. Cámara Oficial de la Industria de Barcelona.
- Campos Martín, N. (2008). Consideraciones sobre la traducción de textos poéticos y científico-técnicos. *Alfinge: Revista de Filología*, 20, 29-35.
- Canary Islands Hub. (s.f.). *The Canary Islands, the best place for doing business*. Recuperado el 5 de junio de 2019 de <https://canaryislandshub.com/#advantages>
- Canary Islands Hub. (s.f.). *Information and Communications Technologies*. Recuperado el 5 de junio de 2019 de <https://canaryislandshub.com/ict/>
- Canary Islands Hub. (s.f.). *Fiscal Incentives*. Recuperado el 5 de junio de 2019 de <https://canaryislandshub.com/fiscal-incentives/>
- Carrasco Pérez de Abreu, R. (2008). *El Tribunal de la Corte de la Inquisición española del siglo XVII. Especialidades: su tratamiento a los extranjeros*. Fundación Universitaria Española.

- Carnero Lorenzo, F. (2011). Historia reciente de las relaciones económicas Canarias-África. *Boletín Económico de ICE*, 3018, 39-56.
- Carnero Lorenzo, F. (2012). *Canarias, base estratégica para las relaciones económicas internacionales de África c. 1850-2010*. Servicio de publicaciones Universidad de La Laguna.
- Casa África. (s.f.). *Quiénes somos*. Recuperado el 3 de noviembre de 2021 de <https://www.casaffrica.es/es/quienes-somos>
- Casa África. (s.f.). *Países*. Recuperado el 25 de agosto de 2022 de <https://www.casaffrica.es/es/conoce-africa/paises-africanos>
- Cases Silverstone, M. (s.f.). *La interpretación simultánea remota: comunicación no presencial en tiempos revueltos*. Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación (AIETI). Recuperado el 16 de agosto de 2022 de bit.ly/3JIvpE1
- Cassany, D., Allué, C. y Sans Ferrer, M. (2019). WhatsApp alrededor del aula. *Caracteres: estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 8(2), 302-328.
- Castillo Ortiz, P. (2020). Using NICTs for media interpreting training: bringing interpreter-mediated TV news and radio interviews to the classroom. *Revista Tradumàtica*, 17, 108-127.
- Castro Balaguer, R. (2009). Experiencias previas a la gran internacionalización de la empresa española: el mercado francés y las instituciones, 1949-1980. *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, 849, 39-53.
- Catrain González, M. y Duque, M. M. (1995). La traducción en los anuncios publicitarios. *V Encuentros Complutenses en Torno a la Traducción: del 22 al 26 de febrero de 1994*, 543-553.
- Cenkova, I. (2015). Relay interpreting. En F. Pöchhacker (Ed.), *Routledge Encyclopedia of Interpreting Studies* (pp. 339-341). Routledge.

- Chernov, S. (2016). At the dawn of simultaneous interpreting in the USSR: filling some gaps in history. En J. Baigorri-Jalón y K. Takeda (Eds.), *New Insights in the History of Interpreting* (pp. 135-165). John Benjamins.
- Chiper, S. (2002). Business translation. *Perspectives. Studies in Translation Theory and Practice*, 10(3), 215-233.
- Christiansen, T. (2015). The rise of English as the global lingua franca. Is the world heading towards greater monolingualism or new forms of plurilingualism? *Lingue e Linguaggi*, 15, 129-154.
- Church, K. y de Oliveira, R. (2013). What's up with WhatsApp ? comparing mobile instant messaging behaviors with traditional SMS. En A. Rohs, A. Schmidt, D. Ashbrook y E. Rukzio (Eds.), *MobileHCI '13: Proceedings of the 15th International Conference on Human-computer Interaction with Mobile Devices and Services* (pp. 352-361). Association for Computing Machinery.
- Cokely, D. (2000). Exploring ethics: a case for revising the code of ethics. *Journal of Interpretation* 2000, 25-57.
- Collados Aís, Á. y Fernández Sánchez, M. M. (2001). *Manual de Interpretación Bilateral*. Comares.
- Collins, T. M. y Doorley, T. L. (1992). *Les Alliances Stratégiques*. Interéditions.
- Comisión Europea. (2005). Europeans and languages. *Special Eurobarometer 237*. Recuperado el 29 de septiembre de 2022 de <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/1562>
- Comisión Europea. (2006). *ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Languages Skills in Enterprise*. Recuperado el 8 de marzo de 2019 de bit.ly/449EUUC
- ConfíaÁfrica. (s.f.). *ConfíaÁfrica*. Recuperado el 13 de noviembre de 2019 de <https://www.casaffrica.es/es/confiafrica>

- Congost Maestre, N. (1994). *Problemas de la traducción técnica: los textos médicos en inglés*. Universidad de Alicante.
- Cruz García, L. (2017). Evidentials in advertising: a sample study. *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, 12, 1-12.
- Cruz Roja Española. (s.f.). *Red territorial de centros*. Recuperado el 8 de noviembre de 2021 de <https://www.cruzroja.es/principal/web/centros-de-coordinacion/cac-can>
- Cruz Roja Española. (s.f.). *Centros de Operaciones*. Recuperado el 8 de noviembre de 2021 de <https://www2.cruzroja.es/centros-de-operaciones>
- Cuervo Cazorra, A. (2004). Dificultades en la internacionalización de la empresa. *Universia Business Review*, 4, 18-29.
- Darias Marrero, A. (2006). *Interpretación: tipos de situación comunicativa y didáctica*. [Tesis de doctorado, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria]. <https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/2049>
- Darias Marrero, A. (2016). Tratamiento didáctico de aspectos culturales en interpretación. *Revista de Lenguas para Fines Específicos*, 22(2), 154-176.
- Darias Marrero, A. (2017). Interpretación de conferencias en las relaciones canario-africanas: Casa África. En M. Sarmiento Pérez (Ed.), *Historia de la Traducción y de la Interpretación en Canarias* (pp. 229-250). Síntesis.
- De Velasco Rami, L. (2005). La política de internacionalización de la empresa española. *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, 826, 283-288.
- Deutsch, A. L. (29 de marzo de 2022). WhatsApp: the best Meta purchase ever? *Investopedia*. Recuperado el 4 de marzo de 2023 de <https://n9.cl/687o0m>
- Díaz Hernández, R. F. y Ginés de La Nuez, C. (2010). Las relaciones comerciales canario-africanas. Siglo XXI (en el 50 aniversario del año de África en su proceso de descolonización). En F. Morales Padrón (Ed.), *XIX Coloquio de Historia Canario-Americana* (pp. 645-675). Cabildo Insular de Gran Canaria.

- Díaz Hernández, R. y Ginés de La Nuez, C. (2013). Pasado y presente de las relaciones comerciales entre las islas Canarias y África. *Boletín de la Real Sociedad Geográfica, Tomo CXLIX*, 111-138.
- Diriker, E. (2015a). Conference interpreting. En F. Pöchhacker (Ed.), *Routledge Encyclopedia of Interpreting Studies* (pp. 78-82). Routledge.
- Diriker, E. (2015b). Simultaneous interpreting. En F. Pöchhacker (Ed.), *Routledge Encyclopedia of Interpreting Studies* (pp. 382-385). Routledge.
- Durand Guiziou, M. C. (2003). Tourisme et traduction : le cas des brochures. *LFE: Revista de Lenguas para Fines Específicos, 9-10*, 59-74.
- El Día. (25 de mayo de 2019). *El Cabildo de Tenerife lleva la fibra a zonas de difícil acceso y más despobladas*. Recuperado el 22 de noviembre de 2019 de bit.ly/43c5pI3
- Eres Fernández, G. M. y Flavián, E. (2009). La traducción de textos técnicos español/portugués: interferencias e (ir)responsabilidades. *Entreculturas: Revista de Traducción y Comunicación Intercultural, 1*, 303-316.
- Ethnologue. (s.f.). *Languages of the World*. Recuperado el 23 de abril de 2020 de www.ethnologue.com
- Fanjul Martín, E. (2010). Factores culturales e internacionalización de la empresa. *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía, 856*, 7-20.
- Feás Costilla, E. (2009). La política de internacionalización de la empresa española en África subsahariana. *Boletín Económico del ICE, Información Comercial Española, 2966*, 3-14.
- Fernández Pérez, M. M. (2016). Propuestas de ejercicios de simulación para la didáctica de la interpretación telefónica. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación, 2*, 259-279.
- Fernández Pérez, M. M. y Toledano Buendía, C. T. (2018). Contextualization in telephone interpreting. *Quaderns. Revista de Traducció, 25*, 231-244.

- Fernández Rodríguez, I. (2015). La interpretación en el ámbito policial. Comparación de la situación en España con la del Reino Unido. *FITIPos International Journal: Public Service Interpreting and Translation*, 2, 166-175.
- Fernández Vitores, D. (2010). El francés como lengua franca supranacional: estrategias de defensa basadas en la diversidad. *Ianua. Revista Philologica Romanica*, 10, 241-260.
- Flores Acuña, E. y Arboleda Goldaracena, J. C. (2012). La interpretación bilateral italiano/español/italiano en el contexto universitario: una propuesta didáctica. *Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 22, 1-32.
- Fontenay, H. (1996). *La bonne correspondance : personnelle, commerciale et officielle*. Nathan.
- Force, R. (2013). *Admiralty and Maritime Law*. Federal Judicial Centre.
- Franco Aixelá, J. (2015). La traducción de textos científicos y técnicos. *Tonos Digital: Revista de Estudios Filológicos*, 29, 1-31.
- Fuertes-Olivera, P. A. y Nielsen, S. (2008). Translating politeness in bilingual English-Spanish business correspondence. *Meta: Journal des Traducteurs = Translators' Journal*, 53(3), 667-678.
- Gallego Hernández, D., Koby, G. S. y Román Mínguez, V. (2016). Economic, financial and commercial translation: an approach to theoretical aspects. A survey-based study. *MonTi. Monografías de Traducción e Interpretación*, 8, 35-59.
- Gamal, M. Y. (2009). Court interpreting. En M. Baker, y G. Saldanha (Eds.), *The Routledge Encyclopedia of Translation Studies* (pp. 63-67). Routledge.
- Gamero Pérez, S. (2001). *La Traducción de Textos Técnicos*. Ariel.
- García García, A. y Tejera Gaspar, A. (2018). *Bereberes contra Roma: Insurrecciones Indígenas en el Norte de África y el Poblamiento de las Islas Canarias*. LeCanarien Ediciones.

- García Yebra, V. (1982). *Teoría y Práctica de la Traducción*. Gredos.
- García Cabrera, A. M. y García Soto, M. G. (2010). Diferencias culturales intra-país e internacionalización de la empresa de reciente creación española. *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, 856, 63-78.
- García-Landa, M. (1981). La “théorie du sens”, théorie de la traduction et base de son enseignement. En J. Delisle (Ed.), *L'Enseignement de l'Interprétation et de la Traduction: De la Théorie à la Pédagogie* (pp. 113-134). University of Ottawa Press.
- Gautier Komenan, D. G. y Jurado Quintana, Á. (2016). *La Françafrique vista desde el Sur: un análisis crítico de la política francesa en África desde la perspectiva africana*. Servicio de Publicaciones y Difusión Científica de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Gázquez-Abad, J. C., Martínez Martínez, D. y De Cannière, M. H. (2007). Los folletos publicitarios: ¿cuándo son más eficaces? En Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC (Ed.), *XIX Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing* (p. 13). ESIC Editorial. Recuperado el 2 de septiembre de 2020 de <http://www.aemarkcongresos.com/congreso2007/comunicacion/COM03-P.pdf>
- Gázquez-Abad, J. C. y Martínez-López, F. J. (2012). ¿Cuál es el perfil del consumidor más propenso al uso de los folletos publicitarios? *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 16(2), 123-141.
- Gentile, A. (1992). *Liaison Interpreting: A Handbook*. Melbourne University Press.
- Gile, D. (2015). Effort models. En F. Pöchhacker (Ed.), *Routledge Encyclopedia of Interpreting Studies* (pp. 143-145). Routledge.
- Gobierno de Canarias. (2018). *Economía lanza la campaña “Habla francés y voilà” para potenciar el estudio de este idioma en Canarias*. Recuperado el 14 de abril de 2019 de bit.ly/46LOD5B

- Gobierno de Canarias. (2022). La Consejería de Economía reforzará las relaciones con África en los dos próximos años. *ComuniCan Portal de Noticias*. Recuperado el 10 de enero de 2022 de bit.ly/3CZ8Hnc
- Goldman-Eisler, F. (1972/2002). Segmentation of input in simultaneous translation. En F. Pöchhacker y M. Schlesinger (Eds.), *The Interpreting Studies Reader* (pp. 69-76). Routledge.
- González Santana, Á. J., Rodríguez Socorro, M. P. y Romero Martín, L. E. (2018). Los paisajes de la vid en Gran Canaria: la supervivencia de un cultivo histórico. *Actas del IV Congreso Internacional sobre Viticultura de Montaña y Fuerte Pendiente*, 37-48. Recuperado el 1 de junio de 2023 de <http://hdl.handle.net/10553/1064433>
- Google y la Corporación Financiera Internacional, del Grupo Banco Mundial. (2020). *Economy Africa 2020. Africa's \$180 billion Internet economy future*. Recuperado el 18 de noviembre de 2020 de bit.ly/3NVQdKu
- Grice, P. (1975). Logic and conversation. En J. Cole y J. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantics, Volume 3: Speech Acts* (pp. 41-58). Academic Press.
- Guillot Farnós, A. (2015). *La Traducción en el Transporte Marítimo. Descripción de un Campo Profesional y sus Políticas de Traducción*. [Tesis de doctorado, Universitat Jaume I]. <https://www.tdx.cat/handle/10803/369819>
- Guzmán Escobar, J. V. (2001). Incoterms 2000. Sus relaciones con los contratos de transporte y de seguro. *Revista de Derecho Privado*, 7, 51-64.
- Hagen, S. (2011). *La Guía Lingüística para las Empresas Europeas*. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.
- Hale, S. B. (2010). *La Interpretación Comunitaria: la Interpretación en los Sectores Jurídicos, Sanitario y Social*. Comares.
- Harmon, A. (2021). International trade. *Salem Press Encyclopedia*.
- Hatim, B. y Mason, I. (1995). *Teoría de la Traducción: una Aproximación al Discurso*. Ariel.

- Hatim, Basil. (2009). Translating text in context. En J. Munday (Ed.), *The Routledge Companion to Translation Studies* (pp. 36-53). Routledge.
- Hofstede, G. (1984). Cultural dimensions in management and planning. *Asia Pacific Journal of Management*, 1(2), 81-99.
- Hutchinson, W. K. (2005). Linguistic distance as a determinant of bilateral trade. *Southern Economic Journal*, 72(1), 1-15.
- Iiescu Gheorghiu, C. (2022). *Interpretación para los servicios públicos*. Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación (AIETI). Recuperado el 14 de agosto de 2022 de https://www.aieti.eu/enti/community_interpreting_SPA/
- Instituto Canario de Estadística. (2023). *Pasajeros en los aeropuertos de las islas de Canarias según movimientos, servicios y principales territorios de escala. Canarias por periodos de referencia*. Recuperado el 5 de mayo de 2023 de bit.ly/3pq5Ssl
- Instituto Canario de Estadística. (2021). *Entrada de pasajeros desde el extranjero según clases de tráfico por aeropuertos de destino, países de origen y periodos*. Recuperado el 15 de septiembre de 2021 de bit.ly/3PHdcKx
- Instituto de Comercio Exterior (ICEX). (s.f.). *Presentación*. Recuperado el 15 de septiembre de 2021 de <https://www.icex.es/es/presentacion>
- Irvine, A. (2006). *Measuring Linguistic Similarity within Language Groups: Revisiting Traditional Typology in the Language Information Age*. [Tesis de doctorado no publicada]. Dartmouth College.
- Jakobson, R. (1960). Linguistics and poetics. En T. A. Sebeok (Ed.), *Style in Language* (pp. 350-377). MIT Press.
- Jiménez Ivars, A. (1999). *La Traducción a la Vista. Un Análisis Descriptivo*. [Tesis de doctorado, Universitat Jaume I]. <https://www.tdx.cat/handle/10803/10564>

- Jiménez Serrano, O. (2019). Foto fija de la interpretación simultánea remota al inicio del 2020. *Revista Tradumàtica: Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació*, 17, 59-80.
- Karanasiou, P. (2017). *Fulfilling the Interpreting Mandate in Business Negotiation Meetings. The Perspectives of Interpreters and Clients*. [Tesis de doctorado, Heriot-Watt University]. <https://core.ac.uk/download/pdf/161941171.pdf>
- Karttunen, F. (2015). Malinche. En F. Pöchhacker (Ed.), *Routledge Encyclopedia of Interpreting Studies* (pp. 242-244). Routledge.
- Kussmaul, P. (1997). Text-type conventions and translating: some methodological issues. En A. Trosborg (Ed.), *Text Typology and Translation* (pp. 67-83). John Benjamins.
- Laborda Gil, X. (2003). Estilo y cortesía en el correo electrónico. *Tonos Digital: Revista de Estudios Filológicos*, 6. Recuperado el 27 de diciembre de 2019 de <https://www.um.es/tonosdigital/znum6/estudios/Laborda.htm>
- Larrea Muxika, K. (2012). Soportes de comunicación: el SMS en las clases de lengua. *Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 13(3), 176-189.
- Lawrance, B. N., Osborn, E. L. y Roberts, R. L. (2006). *Intermediaries, Interpreters, and Clerks*. The University of Wisconsin Press.
- Lederer, M. (2015). Interpretative theory. En F. Pöchhacker (Ed.), *Routledge Encyclopedia of Interpreting Studies* (pp. 206-209). Routledge.
- Lewicki, R.J. y Litterer, J.A. (1985). *Negotiation*. McGraw-Hill.
- Llamazares García-Lomas, O. (2007). *Cómo negociar con éxito en 50 países*. Global Marketing Strategies.
- Lohmann, J. (2011). Do language barriers affect trade? *Economics Letters*, 110(2), 159-162.

- López Alonso, M. C. (2006). El correo electrónico. *Estudios de Lingüística del Español*, 24. Recuperado el 28 de diciembre de 2019 de <http://elies.rediris.es/elies24/lopezalonso.htm>
- Martínez Ruiz, M. P., Jiménez Zarco, A. I. e Izquierdo Yusta, A. (2010). Análisis de la satisfacción máxima del consumidor en establecimientos de alimentación: la influencia del folleto publicitario. *Cuadernos de Gestión*, 10, 63-83.
- Maryns, K. (2006) *The Asylum Speaker: Language in the Belgian Asylum Procedure*. St. Jerome.
- Mason, I. (2009). Dialogue interpreting. En M. Baker y G. Saldanha (Eds.), *The Routledge Encyclopedia of Translation Studies* (pp. 81-84). Routledge.
- Matyssek, H. (1989). *Handbuch der Notizentechnik für Dolmetscher. Ein Weg zur sprachu- nabhängigen Notation*. Julius Groos.
- Mayor Serrano, B. (2005). Análisis contrastivo (inglés-español) de la clase de texto “folleto de salud” e implicaciones didácticas para la formación de traductores médicos. *Panace@: Revista de Medicina, Lenguaje y Traducción*, 6(20), 132-141.
- Mayoral Asensio, R. (2007). La traducción comercial. En P. A. Fuertes Olivera (Ed.), *Problemas Lingüísticos en la Traducción Especializada* (pp. 33-48). Universidad de Valladolid.
- Merlini, R. (2015). Dialogue interpreting. En F. Pöchhacker (Ed.), *Routledge Encyclopedia of Interpreting Studies* (pp. 102-107). Routledge.
- Mínguez Fuentes, R. (2010). La cooperación para la internacionalización como estrategia de expansión exterior de la PYME. *Economía Industrial*, 375, 113-124.
- Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. (2005). *Definición de microempresas, pequeñas empresas y medianas empresas a partir de 1 de enero de 2005*. Recuperado el 6 de noviembre de 2021 de https://portalayudas.mineco.gob.es/artemis/Normativa/DocumentosNormativa/Normativa%20General/Definici%C3%B3n_PyME_CE.pdf

- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (s.f.). *Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI)*. Recuperado el 2 de octubre de 2021 de <https://comercio.gob.es/InversionesExteriores/AcuerdosInternacionales/Paginas/APPRI.aspx#:~:text=Los%20APPRI%20son%20tratados%20bilaterales,territorio%20del%20otro%20Estado%20Parte>.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2023). *DataComex (estadísticas del comercio exterior español)*. Recuperado el 27 de mayo de 2023 de https://comercio.serviciosmin.gob.es/Datacomex/principal_comex_es.aspx
- Mishra, M.N. y Mishra, S. (2016). *Insurance Principles and Practise*. 22nd ed. S. Chand and Co Ltd.
- Mogorrón Huerta, P. y Mejri, S. (2012). *Lenguas de Especialidad, Traducción, Fijación. Langues Spécialisées, Figement et Traduction*. Universidad de Alicante.
- Morón Martín, M. (2016). Los textos del comercio internacional y su potencial en la formación especializada del traductor: más allá del plano comunicativo y textual. *Tonos Digital: Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 31, 1-29.
- Nord, C. (1991). *Theory, Methodology, and Didactic Application of a Model for Translation-Oriented Text Analysis*. Rodopi.
- Nord, C. (2006). Translating as a purposeful activity: a prospective approach. *TEFLIN Journal*, 17(2), 131–143.
- Nord, C. (2008). Defining translation functions. The translation brief as a guideline for the trainee translator. *Ilha do Desterro: A Journal of English Language, Literatures in English and Cultural Studies*, 33, 39-54.
- Nord, C. (2018). *Traducir, una actividad con propósito: Introducción a los enfoques funcionalistas*. Frank & Timme.
- Olivera Herrera, A. J. (2011). La Zona Especial Canaria: luces y sombras. *Hacienda Canaria*, 33, 93-108.

- Organización Internacional del Trabajo. (2019). *Interpretación simultánea*. Recuperado el 5 de agosto de 2022 de https://www.ilo.org/ilc/ILCSessions/108/practical-information/WCMS_689354/lang--es/index.htm
- Organización Mundial del Comercio (OMC). (s.f.). *Historia del sistema multilateral de comercio*. Recuperado el 12 de septiembre de 2021 de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact4_s.htm
- Organización Mundial del Comercio (OMC). (s.f.). *Quiénes somos*. Recuperado el 12 de septiembre de 2021 de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/who_we_are_s.htm
- Orts Llopis, M. A. (2016). El traductor y el comercio internacional. *Quaderns de Filologia. Estudis linguistics*, 21, 247-265.
- Pardo Sanz, R. (1999). La política exterior del Franquismo: aislamiento y alineación internacional. En R. Moreno y F. Sevillano Calero (Eds.), *El Franquismo. Visiones y Balances* (pp. 93-118). Universidad de Alicante.
- Parlamento Europeo. (2022). *Interpretación: introducción*. Recuperado el 11 de noviembre de 2022 de <https://www.europarl.europa.eu/interpretation/es/introduction>
- Pereira Rodríguez, T. (1987). Apuntes para un esquema de las relaciones marítimo-comerciales entre Canarias y los territorios del Golfo de Guinea (1858-1900). En F. Morales Padrón (Ed.), *VI Coloquio de Historia Canario-Americana (1984)* (pp. 417-452). Cabildo Insular de Gran Canaria.
- Pérez-Luzardo Díaz, J. y Santana García, M. (2020). Situación actual de la interpretación sanitaria en la isla de Gran Canaria. *Revista de lenguas para fines específicos*, 26(2), 27-38.
- Pistillo, G. (2004). The interpreter as cultural mediator. En J. Allwood y B. Dorriots (Eds.), *International Communication at Work, papers from the 10th NIC Symposium on Intercultural Communication* (pp. 15-33). Goteborg University, Dept. of Linguistics.

- Pöchhacker, F. (2000). *Dolmetschen: Konzeptuelle Grundlagen und descriptive Utersuchungen*. Stauffenburg.
- Pöchhacker, F. (2004). *Introducing Interpreting Studies*. Routledge.
- Pöchhacker, F. (2013). Conference interpreting. En K. Malmkjaer y K. Windle (Eds.), *The Oxford Handbook of Translation Studies* (pp. 307-325). Oxford University.
- Pöchhacker, F. (2015). Evolution of interpreting research. En H. Mikkelson y R. Jourdenais (Eds.). *The Routledge Handbook of Interpreting*. (pp. 62-76). Routledge.
- Puchala, K. (2011). Text typology and its significance in translation. *Studia Anglica Resoviensia*, 8, 357-366.
- Pujol Bengachea, B. (2000). *Diccionario de Comercio Exterior. Bolsa-Banca*. Editorial Cultural.
- Quintana Navarro, F. (1996). Conferencia «El Puerto de La Luz, 1883-1983: un prototipo de puerto de escala internacional». *Boletín Millares Carló*, 15, 187-195.
- Quintana Navío, J. (2007). La internacionalización de la empresa familiar española. *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, 839, 113-120.
- Real Decreto 417/1996, de 1 de marzo, por el que se regula la composición y funciones del Consejo Asesor para la Promoción del Comercio con África Occidental. *Boletín Oficial del Estado*, 74, de 27 de marzo de 1996. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-6828>
- Reiss, K. (1976). *Texttyp und Übersetzungsmethode. Der operative Text*. Scriptor.
- Reiss, K. (1989). Text types, translation types and translation assessment. En A. Chesterman (Ed.), *Readings in Translation Theory* (pp. 10-115). Finn Lectura.
- Renau Piqueras, J. J. (1996). El porqué, el cómo y el dónde de la internacionalización de la empresa. *RAE: Revista Asturiana de Economía*, 6, 41-62.

- Rico, C. (2007). El valor de una buena traducción. *Ecoaula (El Economista)*, 8. Recuperado el 10 de febrero de 2012 de <http://ecoaula.eleconomista.es/pdf/ECOAULA05DIC.pdf>
- Rike, S. M. (2013). Bilingual corporate websites: from translation to transcreation? *The Journal of Specialised Translation*, 20, 68-85.
- Roat, C. E. y Crezee, I. H. M. (2018). Healthcare interpreting. En H. Mikkelsen y R. Jourdenais (Eds.), *The Routledge Handbook of Interpreting* (pp. 236-253). Routledge.
- Rodríguez, M. (2021). Supfrica, el WhatsApp africano. *EFE*. Recuperado el 4 de abril de 2022 de <https://www.efef.com/efe/america/destacada/supfrica-el-whatsapp-africano/20000065-4459847>
- Romero, M. (1890). The Pan-American Conference. *The North American Review (1821-1940)*, 151(CCCCVI), 354-66.
- Roney, J. (2001). Language, culture, and global business: the interpreter as a tool for effective cross-border communication. *Graziadio Business Review*, 4(1). Recuperado el 2 de mayo de 2020 de <https://gbr.pepperdine.edu/2010/08/language-culture-and-global-business/>
- Rozan, J. F. (2007). *La toma de notas en interpretación consecutiva*. Universidad del País Vasco.
- Rudvin, M y Tomassini, E. (2011) *Interpreting in the Community and Workplace: A Practical Teaching Guide*. Palgrave Macmillan.
- Ruiz Mezcua, A. (2018). La interpretación en el mundo de los negocios: la puesta en marcha de técnicas de interpretación para las visitas a las bodegas andaluzas. *Skopos: Revista Internacional de Traducción e Interpretación*, 9, 221-236.
- Ruiz Mezcua, A. (2019). Competencia digital y TIC en interpretación: “renovarse o morir”. *EDMETIC, Revista de Educación, Mediática y TIC*, 8(1), 55-71.

- Saavedra Robaina, I. (2000). Tres décadas de lírica en Las Palmas: etapas del Festival de Ópera de Las Palmas de Gran Canaria (1967-1998). En F. Morales Padrón (Ed.), *III Coloquio de Historia Canario-Americana; VII Congreso Internacional de Historia de América (AEA) (1998)* (pp. 3134-3143). Cabildo Insular de Gran Canaria.
- Sager, J. C. (1997). Text types and translation. En A. Trosborg (Ed.), *Text Typology and Translation* (pp. 25-41). John Benjamins.
- Santana Pérez, G., Cáceres Lorenzo, M. T. y Salas Pascual, M. (2004). Historia de la incorporación de cultivos africanos en Canarias durante los siglos XV al XVIII. *Revista de Historia Canaria*, 186, 219-253.
- Santana Pérez, J. M. (2011). La pesca canaria en las costas africanas. En F. Golçalvez dos Santos (Ed.), *Portos e Cidades: Movimentos Portuários, Atlântico e Diáspora Africana* (pp. 235-260). Editus.
- Sarmiento-Pérez, M. (2016). Interpreting for the Inquisition. En K. Takeda y J. Baigorri-Jalón (Eds.), *New Insights in the History of Interpreting* (pp. 47-73). John Benjamins.
- Sanz, J. (1931). Le travail et les aptitudes des interprètes parlementaires. *Analys d'Orientació Professional*, 4, 303-18.
- Schmidt, M. y Bjerre, M. (2003). Can recipients of sales flyers be segmented? *International Journal of Advertising*, 22, 375–391.
- Siguan, M. (2003). De la carta al correo electrónico. *El Periódico Mediterráneo*. Recuperado el 28 de marzo de 2020 de https://www.elperiodicomediterraneo.com/noticias/opinion/carta-correo-electronico_33936.html
- Smith, M. B. (2018). Interpreting in education. En H. Mikkelsen y R. Jourdenais (Eds.), *The Routledge Handbook of Interpreting* (pp. 265-279). Routledge.

Sociedad Canaria de Fomento Económico, S.A. (PROEXCA). (s.f.). *Empresas canarias internacionales*. Recuperado el 20 de marzo de 2021 de <https://catalogoempresas.proexca.es/>

Sociedad Canaria de Fomento Económico, S.A. (PROEXCA). (s.f.). *Somos PROEXCA*. Recuperado el 30 de noviembre de 2021 de <https://proexca.es/proexca/#somos>

Socorro Trujillo, K. (2008). *Aspectos Textuales y Terminológicos de Documentos Mercantiles del Comercio Internacional: Herramientas Aplicables a la Formación de Traductores*. Servicio de publicaciones de la ULPGC.

Socorro Trujillo, K. (2012). La enseñanza de la traducción directa de la correspondencia comercial inglés-español: hacia una competencia textual del comercio internacional. *Sendebarr*, 23, 301-320.

Socorro Trujillo, K. (2019). International marine cargo insurance: building generic and thematic competences in commercial translation. *The Journal of Specialised Translation*, 32, 262-279.

Solano Sánchez, M. A. (2014). *Exportar es fácil si sabes cómo. Guía rápida de exportación*. Edición Kindle.

Speranza, C. (17 de enero de 2018). The importance of translation in business. *World Finance. The voice of the market*. Recuperado el 30 de abril de 2020 de <https://www.worldfinance.com/strategy/the-importance-of-translation-in-business>

Statista Inc. (2022a). *Africa: users daily time on apps 2020-2021, by category*. Recuperado el 4 de abril de 2022 de <https://www.statista.com/statistics/1272870/africa-mobile-apps-time-spent-daily/>

Statista Inc. (2022b). *Penetración de uso de WhatsApp en regiones globales seleccionadas, en el cuarto trimestre de 2015*. Recuperado el 4 de abril de 2022 de <https://es.statista.com/estadisticas/636357/whatsapp-penetracion-de-uso-en-regiones-globales-en/>

- Suárez-Ortega, S. (2003). Export barriers: insights from small and medium-sized firms. *International Small Business Journal*, 21(4), 403-419.
- Suárez-Ortega, S., García Cabrera, A. y Knight, G. (2017). En la internacionalización hacia países en desarrollo: ¿qué cuestiones básicas han de tener presente las empresas españolas? *Emprendimiento y Negocios Internacionales*, 1(1), 37-44.
- Taber, C. R. y Nida, E. A. (1971). *La traducción: Théorie et Méthode*. Alliance Biblique Universelle.
- Takimoto, M. (2006). Interpreters' role perceptions in business dialogue interpreting situations. *Monash University Linguistics Papers*, 5(1), 47-57.
- Trosborg, A. (1997). Text typology: register, genre, and text type. *Benjamins Translation Library*, 26, 3-24.
- Trovato, G. (2011). La interpretación bilateral: algunas reflexiones metodológicas en torno a la combinación lingüística español-italiano. *RedELE: Revista Electrónica de Didáctica del Español Lengua Extranjera*, 23, 184-206.
- Tulving, E. (2002). Episodic memory: From mind to brain. *Annual Review of Psychology*, 53, 1-25.
- Valdés Rodríguez, M. C. (1999). *La Traducción Publicitaria como Acto de Comunicación Intercultural*. [Tesis de doctorado, Universidad de Oviedo]. <https://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/15617>
- Valdés Rodríguez, M. C. (2018). *La Traducción Publicitaria: Comunicación y Cultura*. Universitat de València.
- Van Hoof, H. (1962). *Théorie et Pratique de l'Interprétation*. Max Hueber.
- Vaqueiro Romero, M. M. (2015). *La Aplicación de las Nuevas Tecnologías a la Enseñanza de la Lengua Española*. [Tesis de doctorado, Universidad de Vigo]. <https://www.investigacion.biblioteca.uvigo.es/xmlui/handle/11093/575>

- Viaggio, S. (2004). *Teoría General de la Mediación Interlingüe*. Publicaciones Universidad de Alicante
- Vigier-Moreno, F. J. y Lázaro Gutiérrez, R. (2019). La formación en interpretación remota: una experiencia docente interuniversitaria. *Innovación Educativa*, 29, 141-156.
- Villanueva, D. (2010). Traducir para vender Andalucía. La promoción empresarial intercultural. *Jornadas TI y Extenda* en la Universidad Pablo de Olavide (27 de mayo de 2010).
- Wadensjö, C. (1999). Telephone interpreting & the synchronization of talk in social interaction. *The Translator*, 5(2), 247-264.
- Wadensjö, C. (2002). The double role of a dialogue interpreter. En F. Pöchhacker y M. Schlesinger (Eds.), *The interpreting studies reader* (pp. 354-370). Routledge.
- Wadensjö, C. (2009). Community interpreting. En M. Baker y G. Saldanha (Eds.), *The Routledge Encyclopedia of Translation Studies* (pp. 43-48). Routledge.
- WhatsApp Business. (s.f.). *Transforma tu empresa*. Recuperado el 15 de noviembre de 2021 de <https://business.whatsapp.com/>
- WhatsApp LLC. (s.f.). *Mantente en contacto*. Recuperado el 15 de noviembre de 2021 de <https://www.whatsapp.com/stayconnected>
- Williams, A. (2018). International trade as a translation specialization. *ATA. French Language Division*. Recuperado el 15 de mayo de 2020 de <http://www.ata-divisions.org/FLD/index.php/2018/08/27/international-trade/>
- Wright, S. (2006). French as lingua franca. *Annual Review of Applied Linguistics*, 26, 35-60.
- Zhang, L. (2016). Business English translation strategies in the perspective of skopos: in the case of advertisement translation. *Open Journal of Modern Linguistics*, 6, 243-246.

ANEXOS

A continuación, se mostrarán los cuestionarios que se entregaron en el primer estudio piloto que se elaboró en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Gran Canaria y el cuestionario que se elaboró como parte central del presente estudio, que incluye preguntas sobre las necesidades de traducción y de interpretación de las empresas canarias con actividad en países africanos.

Anexo I: Cuestionario piloto elaborado en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Gran Canaria que se entregó en los encuentros de Senegal y Mauritania

Pregunta 1: ¿Con qué frecuencia necesitan traducir documentos al francés o al inglés? (Marque con una X la opción que más se ajuste a sus necesidades)

AL FRANCÉS

- Todos los meses
- De vez en cuando
- Para eventos/campañas específicas

AL INGLÉS

- Cada mes
- De vez en cuando
- Para eventos/campañas específicas

Pregunta 2: ¿Qué tipo de documentos suelen ser? (Marque todos los casos pertinentes)

- Correspondencia
- Información sobre productos/servicios
- Información sobre transporte/envíos de productos
- Otro (especifique)

Pregunta 3: ¿Trabajan con intérpretes para reuniones con clientes/proveedores extranjeros?

- Cada mes
- De vez en cuando
- Para eventos/campañas específicas

Pregunta 4: ¿Con qué idioma tienen más necesidad de trabajar?

- Francés
- Inglés
- Otro (especifique):

Anexo II: Cuestionario piloto elaborado en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Gran Canaria que se entregó en el encuentro de Cabo Verde

Pregunta 1: ¿Con qué frecuencia necesitan traducir documentos al portugués o al inglés? (Marque con una X la opción que más se ajuste a sus necesidades)

AL PORTUGUÉS

- Todos los meses
- De vez en cuando
- Para eventos/campañas específicas

AL INGLÉS

- Cada mes
- De vez en cuando
- Para eventos/campañas específicas

Pregunta 2: ¿Qué tipo de documentos suelen ser? (Marque todos los casos pertinentes)

- Correspondencia
- Información sobre productos/servicios
- Información sobre transporte/envíos de productos
- Otro (especifique)

Pregunta 3: ¿Trabajan con intérpretes para reuniones con clientes/proveedores extranjeros?

- Cada mes
- De vez en cuando
- Para eventos/campañas específicas

Pregunta 4: ¿Con qué idioma tienen más necesidad de trabajar?

- Portugués
- Inglés
- Otro (especifique):

Anexo III: Cuestionario acerca de las necesidades de traducción e interpretación de las empresas canarias con actividad comercial en países africanos

Bloque 1: Características de la empresa y su relación con países africanos

1. ¿Cuál es el nombre de la empresa?
2. ¿Cuántos empleados tiene la empresa?
3. ¿Con qué países africanos tiene su empresa actividad comercial? (marque todas las opciones pertinentes)

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Angola | <input type="checkbox"/> Guinea-Bissau | <input type="checkbox"/> República Democrática del Congo |
| <input type="checkbox"/> Argelia | <input type="checkbox"/> Kenia | <input type="checkbox"/> Ruanda |
| <input type="checkbox"/> Benín | <input type="checkbox"/> Lesoto | <input type="checkbox"/> Santo Tomé y Príncipe |
| <input type="checkbox"/> Botsuana | <input type="checkbox"/> Liberia | <input type="checkbox"/> Senegal |
| <input type="checkbox"/> Burkina Faso | <input type="checkbox"/> Libia | <input type="checkbox"/> Seychelles |
| <input type="checkbox"/> Burundi | <input type="checkbox"/> Madagascar | <input type="checkbox"/> Sierra Leona |
| <input type="checkbox"/> Cabo Verde | <input type="checkbox"/> Malawi | <input type="checkbox"/> Somalia |
| <input type="checkbox"/> Camerún | <input type="checkbox"/> Mali | <input type="checkbox"/> Suazilandia |
| <input type="checkbox"/> Chad | <input type="checkbox"/> Marruecos | <input type="checkbox"/> Sudáfrica |
| <input type="checkbox"/> Comoras | <input type="checkbox"/> Mauricio | <input type="checkbox"/> Sudán |
| <input type="checkbox"/> Congo | <input type="checkbox"/> Mauritania | <input type="checkbox"/> Sudán del Sur |
| <input type="checkbox"/> Costa de Marfil | <input type="checkbox"/> Mozambique | <input type="checkbox"/> Tanzania |
| <input type="checkbox"/> Egipto | <input type="checkbox"/> Namibia | <input type="checkbox"/> Togo |
| <input type="checkbox"/> Eritrea | <input type="checkbox"/> Níger | <input type="checkbox"/> Túnez |
| <input type="checkbox"/> Etiopía | <input type="checkbox"/> Nigeria | <input type="checkbox"/> Uganda |
| <input type="checkbox"/> Gabón | <input type="checkbox"/> República Árabe Saharaui Democrática | <input type="checkbox"/> Yibuti |
| <input type="checkbox"/> Gambia | <input type="checkbox"/> República Centroafricana | <input type="checkbox"/> Zambia |
| <input type="checkbox"/> Ghana | | <input type="checkbox"/> Zimbabwe |
| <input type="checkbox"/> Guinea | | |
| <input type="checkbox"/> Guinea Ecuatorial | | |

4. ¿Desde hace cuánto tiempo tiene actividad comercial en países africanos?
 - a. Menos de un año
 - b. Entre 1 y 5 años
 - c. Entre 6 y 10 años
 - d. Entre 10 y 20 años
 - e. Más de 20 años

5. ¿Tiene local u oficina en algún país africano?
 - a. Sí. (salte a la pregunta 7)
 - b. No

6. ¿Cómo mantiene las relaciones comerciales con los países africanos? (a continuación, salte a la pregunta 9)
 - a. Un miembro se desplaza
 - b. Todo se lleva a cabo de manera online
 - c. Otro (especifique)

7. ¿En qué países tiene local u oficina?

8. ¿Cuántas personas trabajan en su local u oficina en África?

9. ¿Con qué frecuencia envía sus productos o presta sus servicios a países africanos?
 - a. Todas las semanas
 - b. Cada 15 días
 - c. Cada mes
 - d. Cada trimestre
 - e. Cada semestre
 - f. Una vez al año
 - g. Otro (especifique)

10. ¿Tiene empleados en la empresa en Canarias que se dedican a la actividad comercial con países africanos?
 - a. Sí
 - b. No (salte a la pregunta 14)

11. ¿Cuántos empleados de la empresa en Canarias se dedican a la actividad con África?

12. ¿Hablan estas personas el idioma del país africano en cuestión?
 - a. Sí
 - b. No, pero logran comunicarse en otro idioma
 - c. No (salte a la pregunta 14)

13. ¿De qué idioma/s se trata?

14. ¿Cuáles son los principales productos y/o servicios que exportan o prestan en el continente africano?

15. ¿Con qué idiomas trabaja en su actividad con países africanos? Marque las opciones pertinentes:

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
Español				
Inglés				
Francés				
Portugués				

16. En general, el idioma con el que más trabaja en sus relaciones comerciales con países africanos es: (marque una única opción)

- a. Español
- b. Inglés
- c. Francés
- d. Portugués
- e. Otro (especifique)

Bloque 2: Necesidades de traducción para el comercio con África

17. ¿Necesita traducir documentos del/al inglés para el comercio con África?

- a. Nunca (salte a la pregunta 23)
- b. Todas las semanas
- c. Todos los meses
- d. Algunas veces al año
- e. Esporádicamente

18. ¿Cómo cubre estos servicios?

- a. Con personal en plantilla
- b. Con los servicios de traductores externos
- c. Otro (especifique)

19. ¿Qué documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad necesita que se traduzcan del o al inglés para el comercio con África y con qué frecuencia?

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
Carta o <i>email</i> de presentación				
Carta o <i>email</i> con documentos de una compraventa adjuntos (factura, contrato, pedido)				
Carta o <i>email</i> con publicidad, información de la subida o bajada de precios, catálogos, etc. adjuntos				
Carta o <i>email</i> en el que se informe de las condiciones de venta				
Carta o <i>email</i> (otro)				
SMS				
Mensaje de WhatsApp				
Licitación				
Folleto de información de productos				
Informe técnico o certificación				
Anuncio				
Factura (proforma o comercial)				
Documentos aduaneros para mercancía comunitaria (DUA, declaración sumaria, intrastat, DV1, certificado AGRIM, CITES o AGREX)				
Cuaderno ATA				
Certificado de origen				
Factura consular				
EUR 1 o EUR 2				
Modelo A/ certificado SPG (Sistema de Preferencias Generalizadas)				
Modelo APR				
Documentos aduaneros de acompañamiento sanitario (solicitud de inspección, Documento Veterinario Común de Entrada, certificado de fumigación, fitosanitario, de aflatoxina o fitopatológico, documento de pago de tasas y declaración jurada)				
Documentos para el control de la calidad (certificado de aceptación, de análisis, de inspección, de calidad, SOIVRE, casher, CAFI, informe de peritaje, inspección de preembarque o declaración de mercancías peligrosas)				
Certificado halal				
Certificado Unificado de Exportación (DUE)				

20. ¿Qué documentos de transporte necesita que se traduzcan del o al inglés para el comercio con África y con qué frecuencia?

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
<i>Packing list</i>				
Aviso de impedimento de entrega o de transporte				
Nota de carga o de embarque				
Recibo de transitario				
Carta de indemnidad o garantía				
Recibo de embarque, de a bordo o de piloto				
Póliza de fletamento				
Conocimiento de embarque marítimo				
Aviso de llegada				
Orden de entrega				
Manifiesto (transporte marítimo o aéreo)				
Conocimiento de embarque o carta de porte aéreo				
Guía de porte aéreo (madre o hija)				
Orden u hoja de carga				
Hoja para mercancía con trato diferenciado				
Documentos de transporte fluvial (conocimiento de embarque)				
Documentos de transporte por carretera o por ferrocarril (cuaderno TIR, carta de porte por carretera, carta de porte ferroviario o declaración TIF)				
Documentos de transporte por correo postal (recibo de paquete postal)				
Documentos de transporte multimodal (documento de transporte combinado, modal o multimodal o recibo del capitán)				
Documentos de acompañamiento al transporte (certificado de seguros, póliza de seguro, certificación de averías, etc.)				

21. ¿Qué documentos financieros necesita que se traduzcan del o al inglés para el comercio con África y con qué frecuencia?

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
DD1, DD2 o DD2 bis (apertura, movimientos o cancelación de cuentas en el exterior)				
PE1, PE1, PE3, PE4, CC1, CC2 O CP1 (préstamos recibidos de no residentes o créditos comerciales concedidos por estos)				
B1 y B3 (movimientos de dinero en metálico)				
Aviso de aceptación de pago o cobro				
Aviso de pago o impago				
Solicitud de crédito documentario				
Cheque bancario, cheque o talón personal o pagaré				

Transferencia bancaria u orden de pago				
Letra de cambio				
Crédito documentario				
Efecto de comercio				
Garantía o aval bancario				

22. ¿Hay algún otro tipo de documento que necesita que se traduzca del o al inglés para el comercio con África?

23. ¿Necesita traducir documentos del o al francés para el comercio con África?

- a. Nunca (salte a la pregunta 29)
- b. Todas las semanas
- c. Todos los meses
- d. Algunas veces al año
- e. Esporádicamente

24. ¿Cómo cubren estos servicios?

- a. Con personal en plantilla
- b. Con los servicios de traductores externos
- c. Otro (especifique)

25. ¿Qué documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad necesita que se traduzcan del o al francés para el comercio con África y con qué frecuencia?

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
Carta o <i>email</i> de presentación				
Carta o <i>email</i> con documentos de una compraventa adjuntos (factura, contrato, pedido)				
Carta o <i>email</i> con publicidad, información de la subida o bajada de precios, catálogos, etc. adjuntos				
Carta o <i>email</i> en el que se informe de las condiciones de venta				
Carta o <i>email</i> (otro)				
SMS				
Mensaje de WhatsApp				
Licitación				
Folleto de información de productos				
Informe técnico o certificación				
Anuncio				
Factura (proforma o comercial)				
Documentos aduaneros para mercancía comunitaria (DUA, declaración sumaria,				

intrastat, DV1, certificado AGRIM, CITES o AGREX)				
Cuaderno ATA				
Certificado de origen				
Factura consular				
EUR 1 o EUR 2				
Modelo A/ certificado SPG (Sistema de Preferencias Generalizadas)				
Modelo APR				
Documentos aduaneros de acompañamiento sanitario (solicitud de inspección, Documento Veterinario Común de Entrada, certificado de fumigación, fitosanitario, de aflatoxina o fitopatológico, documento de pago de tasas y declaración jurada)				
Documentos para el control de la calidad (certificado de aceptación, de análisis, de inspección, de calidad, SOIVRE, casher, CAFI, informe de peritaje, inspección de preembarque o declaración de mercancías peligrosas)				
Certificado halal				
Certificado Unificado de Exportación (DUE)				

26. ¿Qué documentos de transporte necesita que se traduzcan del o al francés para el comercio con África y con qué frecuencia?

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
<i>Packing list</i>				
Aviso de impedimento de entrega o de transporte				
Nota de carga o de embarque				
Recibo de transitario				
Carta de indemnidad o garantía				
Recibo de embarque, de a bordo o de piloto				
Póliza de fletamento				
Conocimiento de embarque marítimo				
Aviso de llegada				
Orden de entrega				
Manifiesto (transporte marítimo o aéreo)				
Conocimiento de embarque o carta de porte aéreo				
Guía de porte aéreo (madre o hija)				
Orden u hoja de carga				
Hoja para mercancía con trato diferenciado				
Documentos de transporte fluvial (conocimiento de embarque)				
Documentos de transporte por carretera o por ferrocarril (cuaderno TIR, carta de porte por carretera, carta de porte ferroviario o declaración TIF)				

Documentos de transporte por correo postal (recibo de paquete postal)				
Documentos de transporte multimodal (documento de transporte combinado, modal o multimodal o recibo del capitán)				
Documentos de acompañamiento al transporte (certificado de seguros, póliza de seguro, certificación de averías, etc.)				

27. ¿Qué documentos financieros necesita que se traduzcan del o al francés para el comercio con África y con qué frecuencia?

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
DD1, DD2 o DD2 bis (apertura, movimientos o cancelación de cuentas en el exterior)				
PE1, PE1, PE3, PE4, CC1, CC2 O CPI (préstamos recibidos de no residentes o créditos comerciales concedidos por estos)				
B1 y B3 (movimientos de dinero en metálico)				
Aviso de aceptación de pago o cobro				
Aviso de pago o impago				
Solicitud de crédito documentario				
Cheque bancario, cheque o talón personal o pagaré				
Transferencia bancaria u orden de pago				
Letra de cambio				
Crédito documentario				
Efecto de comercio				
Garantía o aval bancario				

28. ¿Hay algún otro tipo de documento que necesita que se traduzca del o al francés para el comercio con África? Indique cuál y con qué frecuencia

29. ¿Necesita traducir documentos del o al portugués para el comercio con África?

- Nunca (salte a la pregunta 35)
- Todas las semanas
- Todos los meses
- Algunas veces al año
- Esporádicamente

30. ¿Cómo cubren estos servicios?

- Con personal en plantilla
- Con los servicios de traductores externos
- Otro (especifique)

31. ¿Qué documentos informativos, de comunicación con el cliente, aduaneros o para el control de la calidad necesita que se traduzcan del o al portugués para el comercio con África y con qué frecuencia?

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
Carta o <i>email</i> de presentación				
Carta o <i>email</i> con documentos de una compraventa adjuntos (factura, contrato, pedido)				
Carta o <i>email</i> con publicidad, información de la subida o bajada de precios, catálogos, etc. adjuntos				
Carta o <i>email</i> en el que se informe de las condiciones de venta				
Carta o <i>email</i> (otro)				
SMS				
Mensaje de WhatsApp				
Licitación				
Folleto de información de productos				
Informe técnico o certificación				
Anuncio				
Factura (proforma o comercial)				
Documentos aduaneros para mercancía comunitaria (DUA, declaración sumaria, intrastat, DV1, certificado AGRIM, CITES o AGREX)				
Cuaderno ATA				
Certificado de origen				
Factura consular				
EUR 1 o EUR 2				
Modelo A/ certificado SPG (Sistema de Preferencias Generalizadas)				
Modelo APR				
Documentos aduaneros de acompañamiento sanitario (solicitud de inspección, Documento Veterinario Común de Entrada, certificado de fumigación, fitosanitario, de aflatoxina o fitopatológico, documento de pago de tasas y declaración jurada)				
Documentos para el control de la calidad (certificado de aceptación, de análisis, de inspección, de calidad, SOIVRE, casher, CAFI, informe de peritaje, inspección de preembarque o declaración de mercancías peligrosas)				
Certificado halal				
Certificado Unificado de Exportación (DUE)				

32. ¿Qué documentos de transporte necesita que se traduzcan del o al portugués para el comercio con África y con qué frecuencia?

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
<i>Packing list</i>				
Aviso de impedimento de entrega o de transporte				
Nota de carga o de embarque				
Recibo de transitario				
Carta de indemnidad o garantía				
Recibo de embarque, de a bordo o de piloto				
Póliza de fletamento				
Conocimiento de embarque marítimo				
Aviso de llegada				
Orden de entrega				
Manifiesto (transporte marítimo o aéreo)				
Conocimiento de embarque o carta de porte aéreo				
Guía de porte aéreo (madre o hija)				
Orden u hoja de carga				
Hoja para mercancía con trato diferenciado				
Documentos de transporte fluvial (conocimiento de embarque)				
Documentos de transporte por carretera o por ferrocarril (cuaderno TIR, carta de porte por carretera, carta de porte ferroviario o declaración TIF)				
Documentos de transporte por correo postal (recibo de paquete postal)				
Documentos de transporte multimodal (documento de transporte combinado, modal o multimodal o recibo del capitán)				
Documentos de acompañamiento al transporte (certificado de seguros, póliza de seguro, certificación de averías, etc.)				

33. ¿Qué documentos financieros necesita que se traduzcan del o al portugués para el comercio con África y con qué frecuencia?

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
DD1, DD2 o DD2 bis (apertura, movimientos o cancelación de cuentas en el exterior)				
PE1, PE1, PE3, PE4, CC1, CC2 O CPI (préstamos recibidos de no residentes o créditos comerciales concedidos por estos)				
B1 y B3 (movimientos de dinero en metálico)				
Aviso de aceptación de pago o cobro				
Aviso de pago o impago				
Solicitud de crédito documentario				
Cheque bancario, cheque o talón personal o pagaré				

Transferencia bancaria u orden de pago				
Letra de cambio				
Crédito documentario				
Efecto de comercio				
Garantía o aval bancario				

34. ¿Hay algún otro tipo de documento que necesita que se traduzca del o al portugués para el comercio con África? Indique cuál y con qué frecuencia

Bloque 3: Necesidades de interpretación para el comercio con África

35. ¿Alguna vez ha trabajado con un intérprete (traductor oral) para sus relaciones comerciales con África?

- a. Nunca (salte a la pregunta 58)
- b. Todas las semanas
- c. Todos los meses
- d. Algunas veces al año
- e. Esporádicamente

36. ¿Alguna vez ha contratado un intérprete (traductor oral) en modo simultáneo (con cabinas de interpretación, receptores, etc.) para sus relaciones comerciales con África?

- a. Nunca
- b. Todas las semanas
- c. Todos los meses
- d. Algunas veces al año
- e. Esporádicamente

37. ¿Alguna vez ha contratado un intérprete (traductor oral) en modo consecutivo para sus relaciones comerciales con África? (es decir, que interpreta a un orador para el público, mientras toma notas del discurso original y luego pronuncia el discurso en el idioma que comprende el público)

- a. Nunca
- b. Todas las semanas
- c. Todos los meses
- d. Algunas veces al año
- e. Esporádicamente

38. En el caso de necesitar la labor de un intérprete en situaciones no presenciales, como una conversación telefónica o una videollamada, para sus relaciones con África, ¿utiliza algún *software* o plataforma en concreto?
- No necesito la labor de un intérprete en situaciones no presenciales (salte a la pregunta 40)
 - Sí, utilizo algún *software* o plataforma en concreto
 - No, la elección de la plataforma es indiferente (salte a la pregunta 40)
39. ¿De qué *software* o plataforma se trata?
40. ¿Trabaja con intérpretes (traductores orales) de inglés para sus relaciones comerciales con África?
- Nunca (salte a la pregunta 46)
 - Todas las semanas
 - Todos los meses
 - Algunas veces al año
 - Esporádicamente
41. ¿Cómo cubre estos servicios?
- Con personal en plantilla (salte a la pregunta 44)
 - Contando con intérpretes externo
 - Otro (especifique) (salte a la pregunta 44)
42. ¿Recurre a intérpretes de inglés que sean locales (africanos), contrata intérpretes canarios o de otros lugares?
- Recurro a intérpretes locales (africanos) (salte a la pregunta 44)
 - Contrato a intérpretes canarios (salte a la pregunta 44)
 - Contrato a intérpretes de otros lugares
43. ¿De qué lugares?
44. En una sesión de interpretación, el intérprete traduce...
- Solo desde el inglés hacia el español
 - Solo desde el español hacia el inglés
 - En ambas direcciones: hacia el inglés y hacia el español

45. ¿En qué situaciones necesita la labor de un intérprete (traductor oral) de inglés para sus relaciones comerciales con África?

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
Reuniones presenciales con posibles clientes				
Reuniones presenciales con socios				
Visitas de empresa al país africano				
Conversaciones telefónicas				
Videoconferencias				

Otra situación (especifique cuál y con qué frecuencia):

46. ¿Trabaja con intérpretes (traductores orales) de francés para sus relaciones comerciales con África?

- a. Nunca (salte a la pregunta 52)
- b. Todas las semanas
- c. Todos los meses
- d. Algunas veces al año
- e. Esporádicamente

47. ¿Cómo cubre estos servicios?

- a. Con personal en plantilla (salte a la pregunta 50)
- b. Contando con intérpretes externos
- c. Otro (especifique) (salte a la pregunta 50)

48. ¿Recurre a intérpretes de francés que sean locales (africanos), contrata intérpretes canarios o de otros lugares?

- a. Recorro a intérpretes locales (africanos) (salte a la pregunta 50)
- b. Contrato a intérpretes canarios (salte a la pregunta 50)
- c. Contrato a intérpretes de otros lugares

49. ¿De qué lugares?

50. En una sesión de interpretación, el intérprete traduce...

- a. Solo desde el francés hacia el español
- b. Solo desde el español hacia el francés
- c. En ambas direcciones: hacia el francés y hacia el español

51. ¿En qué situaciones necesita la labor de un intérprete (traductor oral) de francés para sus relaciones comerciales con África?

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
Reuniones presenciales con posibles clientes				
Reuniones presenciales con socios				
Visitas de empresa al país africano				
Conversaciones telefónicas				
Videoconferencias				

Otra situación (especifique cuál y con qué frecuencia):

52. ¿Trabaja con intérpretes (traductores orales) de portugués para sus relaciones comerciales con África?

- a. Nunca (salte a la pregunta 58)
- b. Todas las semanas
- c. Todos los meses
- d. Algunas veces al año
- e. Esporádicamente

53. ¿Cómo cubre estos servicios?

- a. Con personal en plantilla (salte a la pregunta 56)
- b. Contando con intérpretes externos
- c. Otro (especifique) (salte a la pregunta 56)

54. ¿Recurre a intérpretes de portugués que sean locales (africanos), contrata intérpretes canarios o de otros lugares?

- a. Recorro a intérpretes locales (africanos) (salte a la pregunta 56)
- b. Contrato a intérpretes canarios (salte a la pregunta 56)
- c. Contrato a intérpretes de otros lugares

55. ¿De qué lugares?

56. En una sesión de interpretación, el intérprete traduce...

- a. Solo desde el portugués hacia el español
- b. Solo desde el español hacia el portugués
- c. En ambas direcciones: hacia el portugués y hacia el español

57. ¿En qué situaciones necesita la labor de un intérprete (traductor oral) de portugués para sus relaciones comerciales con África?

	Frecuentemente	A veces	Casi nunca	Nunca
Reuniones presenciales con posibles clientes				
Reuniones presenciales con socios				
Visitas de empresa al país africano				
Conversaciones telefónicas				
Videoconferencias				

Otra situación (especifique cuál y con qué frecuencia):

58. ¿Tiene algún otro comentario relacionado con sus necesidades lingüísticas para el comercio con países africanos?

